اتجاهات الأسرة السعودية
نحو السياحة الداخلية

دراسة مطبقة على المملكة العربية السعودية

أ.د. صالح بن رميح الرميح
قسم الدراسات الاجتماعية - كلية الآداب - جامعة الملك سعود

تعد السياحة من أهم الظواهر الاجتماعية التي يجب الاهتمام بها، فنجد أن الدراسات السياحية في العالم العربي قد هيمنت عليها الجوانب الاقتصادية، وذلك نتيجة لتركيز الاهتمام في السياحة بأنها مصدر جيد للدخل الإضافي في كثير من البلدان العربية، وهي تمثل نسبة عالية من الدخل القومي في مصر وتونس والمغرب والأردن ولبنان وغيرها.

لقد أصبحت التدفقات السياحية على تلك البلدان كبيرة بشكل ملحوظ الآن، إذ إنها تعد بالملايين، كما أنشئت بنية تحتية يعتد بها، وما زال النمو مستمرا فيما يتعلق بالسياحة، فقد استقبلت مصر عام ٢٠٠٤م حوالي ٦ ملايين سائح، إذ تتمتع السياحة فيها بالكثير من المواقع الأثرية بالإضافة إلى ساحل البحر الأحمر(١)، كما تقوم السياحة فيها على خليط الشمس والرمال والبحر، والفائدة الثقافية. وفي الأردن تعتمد التنمية السياحية على المواقع الأثرية الغنية في

---

(١) وزارة السياحة، جمهورية مصر العربية (٢٠٠٥م)، النشرة السنوية للسياحة في مصر، وزارة السياحة، القاهرة، ص٢٠.

أنحاء عدة من هذا البلد، مثل: جرش، والبتراء، وفي منطقة الخليج العربي ظلت السياحة حتى وقت قريب محدودة بالنسبة للسياحة الدولية، فقد كانت الحكومات في هذا الإقليم تضع قيودا كثيرة على الزائرين الأجانب، ولم تكن تسمح للسياح بالمجيء للبلاد، إلا أن المنطقة خلال الثلاثين عاما الأخيرة وبعد اكتشاف النفط بكميات تجارية أصبحت إقليم جذب للزوار من رجال الأعمال الأجانب، ومع ذلك فقد بقيت بعض بلدان الخليج لا تستقبل أي سياح أجانب إلا في نطاق أعداد محدودة منهم، على سبيل المثال زيارة السياح اليابانيين في عام ٢٠٠٤م إلى المملكة.

ومع الارتفاع السريع لمستويات المعيشة في بلدان الخليج العربي أصبح الكثير من سكانها من القائمين بالرحلات على نطاق واسع سواء كانت سياحة داخلية أو خارجية. ويمكن القول: إن دول الخليج تضم شواطئ وصحارى رملية وجبالاً خضراء، وواحات، كما أن المناخ الشتوي الدافئ بدوره يجعل قضاء العطلات الشتوية مناسباً، ويضاف إلى ذلك الخدمات العديدة القائمة فعلا؛ لاستضافة الزوار من السياح ورجال الأعمال الأجانب، مثل: الفنادق، والأسواق، والمعارض المتنوعة، وتسهيلات ممارسة الرياضة البحرية وغيرها.

ويبدو أنه لا يوجد نظام كامل لخدمة السياحة في الخليج العربي، باستثناء إمارة دبي، ونتيجة لذلك فإن الشكل الوحيد للسياحة هو أنشطة وقت الفراغ أساسا؛ بغرض الترفيه الأسري للسكان المحليين، بالإضافة لذلك هناك عدد قليل من السياح القادمين من البلدان المجاورة لقضاء عطلات نهاية الأسبوع أو البقاء لمدد قصيرة(٢). وبالرغم من أن في المملكة العربية السعودية أماكن سياحية كثيرة، مثل: المناطق الأثرية، والتاريخية، والشواطئ، والسواحل، إلا أن

---

(٢) الثقفي، سلطان أحمد (١٤١٩هـ)، السياحة في المملكة العربية السعودية: السلوك والأنماط، أركان الخليج، بالمملكة العربية السعودية، الرياض.

السياحة الداخلية تعد محدودة النطاق. وعلى هذا فالبحث العلمي له دور كبير في دعم السياحة لما يقدمه من نتائج يمكن أن تسهم بشكل فاعل لمساعدة المهتمين في هذا المجال عند وضع برامج تختص بالتنمية السياحية، والتصدي للمعوقات التي يمكن أن تعوق السياحة. ولهذا اهتم الباحث بموضوع بحثه، وهو معرفة اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية.

وهذا البحث يتكون من ستة أجزاء رئيسة: حيث يتناول الجزء الأول مشكلة البحث، وأهميته وأهدافه، وتساؤلاته، ومفاهيمه، وتتمثل في مفهوم الاتجاهات، ومفهوم السياحة، بينما الجزء الثاني يتناول الإطار التحليلي، ويتمثل في النظرية الإيكولوجية، ونظرية الاختيار العقلاني. أما الجزء الثالث فيعرض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث، بينما يقوم الجزء الرابع بعرض الإجراءات المنهجية للبحث، ويعرض الجزء الخامس نتائج البحث الميداني، وأخيرا يقدم الجزء السادس مناقشة نتائج البحث.

مشكلة البحث:

تطورت السياحة عالمياً، وأصبحت مصدراً أساسيا من مصادر الدخل القومي سواء من حيث حجم الدخل أو استخدام العمالة فيها، أو الانفتاح على الثقافات الأخرى والعالم، والمملكة العربية السعودية من الدول التي تشجع السياحة وتنميها بصفتها مصدرًا أساسيًا لدخلها القومي، وذلك نتيجة للنمو الحضاري والتجاري والصناعي وما صاحبه من تحسن في أحوال المعيشة، وجودة في مستوى الخدمات وتنوعها، وارتفاع الدخل، وازدياد أوقات الفراغ المتمثلة بالعطلات بأنواعها، والسياحة في المجتمع السعودي تعد في بداية الطريق، إلا أنها تسير بخطا قوية نحو التميز والتطور، وذلك لما حبا الله المملكة من إمكانات ومقومات سياحية متنوعة، وتعد الأماكن المقدسة سبيلاً مهمًا للسياحة في مجتمعنا؛ لأنها تجذب أبناء العالم

الإسلامي والعربي إلى أداء العمرة طوال العام وأداء الحج الذي هو فريضة وشريعة إسلامية واجبة الأداء، إضافة إلى ذلك السياحة الساحلية المتمثلة في مختلف الشواطئ التي تمتد لأكثر من ٢٠٠٠كم، فضلاً عن السياحة للآثار والطبيعة الخلابة المتمثلة في المناطق الأثرية والجبلية، والرمال والغابات والمتنزهات الحكومية والمدن الترفيهية... وغيرها.

ومن ثم فإن ظاهرة الترويح السياحي في المجتمع السعودي أصبحت أمرا واقعا يدركه الجميع، فيجب التعامل معه بموضوعية، وإدراك أهميته الدينية والاقتصادية والسياحية التي لها مردودها الإيجابي على جميع جوانب الحياة. فنجاح السياحة في مجتمعنا لا يعتمد فقط على التخطيط الجيد للمسؤولين والعاملين بالسياحة، بل من المهم أيضاً على قدم المساواة أن يكون هناك وعي لدى المجتمع سواء كانوا أفرادًا أو جماعات بأهمية السياحة؛ لتحقيق التنمية الشاملة، وتقبل المجتمع واتجاهاته الإيجابية نحو السياحة يدعم بشكل كبير إصرار النجاح لهذا القطاع العريض الذي يمثل أهمية كبرى في تقدم مجتمعنا.

إن التطور الصناعي والحضاري الذي مر به المجتمع السعودي ترك آثاره الواضحة في حياة الفرد اليومية، ومنها وفرة الوقت، الأمر الذي جعلها مملوءة بالنمطية التقليدية، ودفع الكثيرين للبحث عن وسائل للترويح والسياحة، ونظراً لأعباء الحياة اليومية التي تلقى على عاتق الفرد وُجد هناك اهتمام قوي بالترويح والسياحة، وبهذا الشكل أصبحت السيَاحة مطلباً واحتياجاً عصرياً في الوقت الحاضر تحتاجه جميع شرائح المجتمع من الجنسين الذكور والإناث، لما تحققه من إشباع لحاجات الأفراد والأسر من راحة واستجمام. إلا أنه رغم كل الجهود المبذولة للنهوض بالسياحة في المملكة العربية السعودية، وجعلها إشباعاً نفسياً واجتماعياً لجميع أفراد الأسرة إلا أن السياحة

الداخلية في المملكة العربية السعودية موجهة بشكل كبير لاحتياجات الأطفال، وتهمل إلى حد كبير احتياجات الأسرة، وهذا يؤدي إلى عدم استمتاع هذه الشريحة بالسياحة الداخلية بالقدر الكافي؛ مما يجعل دراسة اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة والترفيه أمراً ذا فائدة. وقد سجل الخضيري وآخرون (١٩٨٧م) صغر حجم السياحة الأجنبية للمملكة، وأنها لا تشكل إلا مجرد جزء صغير من السوق السياحية، وأرجع ذلك إلى عدم إعطاء أولوية لتطوير السياحة الدولية، ووجود قيود على منح التأشيرات لدخول المملكة، وعدم كفاءة المادة الإعلامية والترويحية، وعدم ملاءمة السكن، ونقص المرافق والمنشآت في المناطق ذات الأهمية السياحية(٣).

وحسب رأي الباحث فإن معظم هذه الصعوبات باقية حتى وقتنا الحاضر، وتشكل إعاقة لنمو السياحة في البلاد، على الرغم من أن المملكة أصبحت مفتوحة أمام السياح والزوار من الدول الخليجية، وهناك تدفق مستمر من المواطنين الخليجيين الذين يأتون سنويا لقضاء عطلاتهم بالمملكة، إلا أن التقدم في تنمية السياحة يحتاج إلى تضافر الجهود، وما يزال إسهام القطاع الخاص في تنمية الترويج والسياحة محدودًا. والمطلع على خطط التنمية الخمسية (١٣٩٠-١٤٢٦هـ/ ١٩٧٠-٢٠٠٦م) يرى أن الدولة قد أنفقت مبالغ طائلة من الريالات على خدمات الترويح والرياضة وأوقات الفراغ، ولكن الهدف الأساسي - حسب رأي الباحث - كان إشباع حاجات الشعب السعودي.

وقد أدركت المملكة العربية السعودية أهمية خدمات الترويح والسياحة، وشغل أوقات الفراغ بطريقة مفيدة بالنسبة للمجتمع، وقد تجسد ذلك في إنشاء الهيئة العليا للسياحة عام ١٤٢١هـ (٢٠٠٠م)،

---

(٣) الخضيري، م.، ع. رحمان، أ. ومونمال، (١٩٨٧م)، القرى السياحية - خطوة باتجاه التخطيط السياحي في المملكة العربية السعودية، ورقة مقدمة لمؤتمر إستراتيجيات وبرامج التنمية الإقليمية والريفية في المملكة العربية السعودية، المنعقد في الرياض في الفترة ١٢-١٥/٨/١٤٠٧هـ الموافق ١١-١٤/٤/١٩٨٧م.

وخلال عمرها القصير، المملوء بالعطاء، فقد تم إجراء العديد من الدراسات، والاستشارات والبرامج... وغيرها، وذلك من أجل إيجاد (صناعة سياحية) تسهم في إشباع احتياجات معظم طالبي السياحة بالداخل، وتجذب مواطني دول الجوار... وغيرهم، كما أن الهيئة سعت إلى توظيف مقومات كل منطقة، وذلك من خلال استثمار مقوماتها السياحية.

وحينما نتطرق إلى الدراسات السابقة التي تناولت ظاهرة السياحة نجد أن هناك نُدرة حسب علم الباحث بالنسبة للدراسات التي اهتمت باتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية، ولكن من الباحثين من اهتم بدراسة العلاقة بين برامج التنمية السياحية وغايات أمن السياحة بإمارة منطقة عسير(٤)، وآخر اهتم بدراسة السياحة في المملكة العربية السعودية: السلوك والأنماط(٥)، والبعض عني بدراسة الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للتنمية السياحية في جمهورية مصر العربية(٦)، ومنهم من تناول دور التربية في تنمية الوعي السياحي بأسوان(٧)، والبعض الآخر اهتم بدراسة العوامل الاجتماعية المؤثرة سلبياً في تنمية الوعي السياحي(٨)،

---

(٤) عامر، فطيس (١٤١٣هـ)، العلاقة بين برامج التنمية السياحية وغايات أمن السياحة بإمارة منطقة عسير، رسالة ماجستير غير منشورة، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، المعهد العالي للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

(٥) الثقفي، سلطان أحمد (١٤١٩هـ)، السياحة في المملكة العربية السعودية: السلوك والأنماط، أركان الخليج، مرجع سبق ذكره.

(٦) مرسي، سلوى (١٩٨٧م)، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للتنمية السياحية في جمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.

(٧) أبو العلا، سهير عبداللطيف (١٩٩٠م)، دور التربية في تنمية الوعي السياحي بأسوان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة أسيوط، جمهورية مصر العربية.

(٨) الدندراوي، علي عباس (١٩٩٤م)، العوامل الاجتماعية المؤثرة سلباً في تنمية الوعي السياحي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة القاهرة، فرع الفيوم، جمهورية مصر العربية.

وهناك من وقف في موضوعه على وقت الفراغ واستطلاع آراء أفراد المجتمع السعودي حول فترات إجازات العام الدراسي(٩)، وعرض بعضهم دور العناصر البشرية في تسويق الخدمات السياحية: دراسة استكشافية(١٠). وحلّلت بعض الدراسات تسعيرة الخدمات السياحية وأثرها في جذب السياحة في مدينة جدة(١١). وهناك من بيّن التأثر الثقافي لقطاع السياحة في مصر ودوره في تحقيق السلام الاجتماعي(١٢). كما أوضحت بعض الدراسات دور السياحة في تحقيق السلام الاجتماعي(١٣). وأخيراً هناك من أبرز أهم العوامل المعيقة للسياحة الداخلية في المجتمع السعودي من وجهة نظر الذكور والإناث(١٤).

ومما سبق يتضح أن هناك نُدرة في الدراسات التي اهتمت باتجاهات أفراد المجتمع نحو السياحة، ومن هنا كانت اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية هي محور اهتمام الباحث.

---

(٩) الهيئة العليا للسياحة (١٤٢٢هـ)، دراسة وقت الفراغ، المرحلة الأولى، استطلاع آراء أفراد المجتمع السعودي حول فترات إجازات العام الدراسي، المملكة العربية السعودية، ص ص ١-١٦.

(١٠) بن محمد رحيم، حبيب الله (١٤٢٣هـ)، دور العناصر البشرية في تسويق الخدمات السياحية: دراسة استكشافية، اللقاء السنوي الرابع عشر، لجمعية الاقتصاد السعودية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

(١١) أحمد فاضل، وديع (١٤٢٣هـ)، تسعيرة الخدمات السياحية وأثرها على جذب السياحة في مدينة جدة، اللقاء السنوي الرابع عشر، لجمعية الاقتصاد السعودية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

(١٢) العزب، تغريد ضوى (٢٠٠٢م)، التأثير الثقافي لقطاع السياحة في مصر ودوره في تحقيق السلام الاجتماعي، المؤتمر العلمي الخامس عشر، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، المجلد الأول، القاهرة، ص ص٥٠٧-٥٣٨.

(١٣) أسامة، نهلة (٢٠٠٢م)، السياحة ودورها في تحقيق السلام الاجتماعي، المؤتمر العلمي الخامس عشر، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، المجلد الأول، القاهرة، ص ص ٥٣٩-٥٥٧.

(١٤) اليوسف، عبدالله عبدالعزيز وآخرون (١٤٢٤هـ)، بعض العوامل المعيقة للسياحة الداخلية في المجتمع العربي السعودي، ندوة السياحة في المملكة العربية السعودية، جامعة الملك سعود، بالتعاون مع الهيئة العليا للسياحة، ١٢-١٤/٧/١٤٢٤هـ.

أهمية البحث

تستمد هذه الدراسة أهميتها من محاور أساسية عدة، وهي:

١ - تعد السياحة اليوم مصدراً مهمًا للدخل القومي؛ فهي تتطلب دراسة وتخطيطًا، وتتضمن مدخلات ومخرجات، ومن هنا تبرز أهمية البحث العلمي في هذا المجال، والإسهام في تحقيق التنمية الشاملة.

٢ - نُدرة الدراسات التي تناولت اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية، وهذه الندرة في الدراسات تعد أحد المعوقات لتطوير السياحة الداخلية في المملكة.

٣ - الوصول إلى رؤية واضحة لاتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية، ومن خلال هذه الرؤية يستطيع المهتمون بهذا المجال الوضع في الحسبان هذه الاتجاهات عند التخطيط لبرامج السياحة، وخاصة أنها دراسة تهتم بتوضيح الاختلافات في الاتجاهات الخاصة بالسياحة الداخلية بين الذكور والإناث.

٤ - تمثل السياحة الآن مصدرا أساسيا للدخل الوطني والسياحة الدينية بوجه خاص، وقد كانت السياحة، الدينية مصدرا للدخل الوطني للمملكة، ومن المتوقع أن تتزايد أهمية السياحة بشتى أشكالها بصفتها مصدرًا للدخل الوطني مستقبلا في ظل التخطيط لتنوع مصادر الدخل القومي لضمان استمرارية عملية التنمية المستدامة للمملكة، ومن هنا تبرز أهمية تحديد أهم المعوقات التي تعوق السياحة ومحاولة التصدي لهذه المعوقات، وأخذها في عين الاهتمام؛ لتفاديها في مرحلة التخطيط للبرامج المتعلقة بالسياحة.

٥ - يتزايد الإنفاق على السياحة في أنحاء العالم كافة، وخاصة مع تطور وسائل المواصلات والاتصالات والتوسع الحضري بما

يصاحبه من ازدحام وضوضاء وتلوث، مع التقدم التقني وزيادة العطلات وأوقات الفراغ، وبالنسبة للمملكة العربية السعودية فقد تزايد الإنفاق على السياحة الخارجية في السنوات الأخيرة؛ مما يدعو للدراسة العلمية والاجتماعية للإسهام في جذب السياح السعوديين للسياحة الداخلية وفقا لاحتياجاتهم ورغباتهم.

٦ - تتمتع المملكة العربية السعودية بالعديد من المقومات البيئية التي تؤهلها لأن تصبح في مقدمة دول العالم جذبا للسياح، حيث تتمتع ببيئة طبيعية جذابة تشمل الصحارى والجبال والشواطئ والمدن بجانب بنية تحتية مشيدة أنفقت عليها المملكة المليارات من الريالات عبر خططها التنموية، وذلك في إعداد الطرق والجسور والمطارات والفنادق وغيرها من بنية أساسية ضرورية لقيام نهضة سياحية بجانب بيئة اجتماعية وثقافية مميزة؛ لذلك يتناول هذا البحث موضوعا مهمًا من الموضوعات البحثية التي تسعى إلى الإسهام في تقدم المجتمع وتنميته.

٧ - الإسهام في تحسين المعارف النظرية المتعلقة بالسياحة.

أهداف البحث

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

"الهدف العام للبحث هو التعرف على اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية"، وهناك أهداف فرعية، وهي على النحو الآتي:

١ - التعرف على العلاقة بين خصائص المبحوثين، وعلاقتها باتجاهاتهم نحو السياحة الداخلية.

٢ - التعرف على من هم أفراد الأسرة الأكثر تشجيعاً للسياحة الداخلية.

٣ – التعرف على مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات الأسرة الترويحية.

٤ – التعرف على المدن الأكثر جذباً للسياح في المملكة.

٥ – التعرف على المعوقات التي تعوق الأسرة السعودية عن القيام برحلات سياحية داخلية.

تساؤلات البحث:

يسعى هذا البحث إلى الإجابة على التساؤلات الآتية:

١ – ما اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية؟

٢ – ما العلاقة بين خصائص المبحوثين وعلاقتها باتجاهاتهم نحو السياحة الداخلية؟

٣ – ما أفراد الأسرة الأكثر تشجيعاً للسياحة الداخلية؟

٤ – إلى أي مدى تلبي الأماكن السياحية احتياجات الأسرة الترويحية؟

٥ – ما المدن الأكثر جذباً للسياح في المملكة؟

٦ – ما المعوقات التي تعوق الأسرة السعودية عن القيام برحلات سياحية داخلية؟

مفاهيم البحث

سوف يتناول هذا الجزء من البحث مفهوم الاتجاهات ومفهوم السياحة.

الاتجاه:

تعددت المفاهيم المختلفة التي تفسر الاتجاه، فنجد أن معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية لعام ١٩٨٢م (١٤٠٢هـ) عرفت بأنه "حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلاله خبرة الشخص، وتكون ذات أثر توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد

لجميع الموضوعات والمواقف التي تثير هذه الاستجابة، والاتجاهات قد تكون إيجابية أو سلبية كما قد تكون عامة أو نوعية"(١٥).

كما عرفه زهران بأنه "تكوين فرض أو متغير كامن ومتوسط يقع بين المثير والاستجابة، وهو عبارة عن استعداد نفسي أو تهيؤ عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة، ويتكون بالخبرة نتيجة احتكاك الفرد ببيئته، وهذا الاستعداد إما وقتي أو مستمر"(١٦).

ومن وجهة نظر Davidoff أن الاتجاه هو تعليم تقييم أفكار تحتوي على المعرفة والشعور والسلوك(١٧).

ومن وجهة نظر الرميح أن الاتجاه لا ينشأ من فراغ، وإنما يتكون عند الإنسان نتيجة لخبراته السابقة المكتسبة؛ أي: المتعلمة من تفاعلاته الشخصية وعلاقاته الاجتماعية مع المحيط البيئي للعناصر البيئية في المواقف المتباينة التي يمر بها؛ لذلك فالاتجاهات تعد مكتسبة؛ أي: متعلمة، وليست فطرية المنشأ ولا متوارثة عبر الأجيال المتتالية، ومن ثم تكتسب الاتجاهات وتتكون بواسطة عمليات التعلم، واكتساب الاتجاهات يمر في مراحل متدرجة حتى تكتمل مقومات هذا التكوين المتصل؛ لكي تحقق في النهاية الشكل العام الذي يحدد نوعية سلوكيات الفرد في المواقف والظروف المتشابهة المتعلقة بموضوع معين؛ مما يميزها بكونها إيجابية أو يصفها بأنها سلبية(١٨).

---

(١٥) بدوي، أحمد زكي (١٩٨٢م)، "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية"، مكتبة لبنان، بيروت، ص٣٠.

(١٦) زهران، حامد (١٩٨٤م)، "علم النفس الاجتماعي"، الطبعة الخامسة، القاهرة، عالم الكتب، ص١٣٦.

(17) Davidoff, L (1980) Introduction to Psychology, 2nd ed., McGraw Hill, New York.

(١٨) الرميح، صالح (١٤٢٢هـ)، "اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو العمل في القطاع الخاص". جامعة الملك سعود، عمادة البحث العلمي، مركز بحوث كلية الآداب، ص٢٠.

فالباحث يرى أن الاتجاه من الناحية الإجرائية يقوم على أساس أنه رأي يكونه الفرد أو الجماعة نتيجة تفاعل بين العناصر الخاصة بالمؤثرات الخارجية التي يواجهها الفرد التي تتأثر بعوامل ذاتية، مثل: الاستعدادات الشخصية، والمستوى العقلي، والأفكار والآراء الخاصة، كما يضيف الباحث أن الاتجاه يتأثر في تكوينه بعوامل خارجية كالعوامل الأسرية والإرشادية التعليمية ووسائل الاتصال أو ما قد يتوافر في المجتمع من قيم ومعتقدات تتكون حول موضوع معين، والبحث الحالي يهتم بالتعرف على اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية.

السياحة:

هناك تعريفات عدة لمفهوم السياحة، فمنها تعريف عصبة الأمم عام ١٩٣٧م (١٣٥٦هـ)، حيث عدَّ السائح "هو ذلك الشخص الذي يرحل لقضاء فترة تزيد عن أربع وعشرين ساعة في بلد آخر غير الذي يقيم فيه عادة"(١٩)، ولم يكن هذا التعريف ليؤدي الغرض بشكل كامل؛ لأنه يستبعد الذي يقضي إجازته في بلده.

ومصطلح سائح مشتقة من الكلمة الفرنسية "Tour"، ومعناها القيام برحلة دائرية (جولة)، بينما معظم السياح الآن هم سياح من الداخل أساسا، وقد استخدم البريطانيون مصطلح "Tour" في البداية لوصف رحلتهم الكبرى حول أوربا في القرن الثامن عشر الميلادي (القرن الثاني عشر الهجري)، وأخذ مصطلح سائح ينطبق على أي مسافر بقصد الترفيه أو العمل، ويقضي ليلة واحدة على الأقل في فندق أو بعيدا عن المنزل(٢٠).

---

(19) Cohen, E. (1979), Rethinking the Sociology of Tourism, Annals of Tourism Research, Vol.6(1), p. 18.

(20) John, E. S. (1976), The American Heritage Dictionary, V, p. 1358.

وطبقا لقاموس أكسفورد فإن مصطلح "Tour" يعني رحلة لزيارة أماكن عدة، ثم العودة إلى الموطن ثانية(٢١).

فالسائح إذن هو ذلك الشخص الذي يقوم برحلة من أجل الاستجمام أو الترفيه أو سعياً وراء فائدة ثقافية أو منفعة محددة، ومن أكثر التعريفات قبولا تعريف مؤتمر الأمم المتحدة حول السياحة العالمية في روما، حيث وصف السائح بأنه مسافر مؤقتا لفترة زمنية لا تقل عن أربع وعشرين ساعة بعيدا عن موطنه بغرض الترفيه، أو الترويح، أو قضاء إجازة، أو العلاج، أو السياحة، أو الرياضة أو زيارة عائلية أو لغرض علمي.

وتعد السياحة وشغل أوقات الفراغ والترويح ثلاث ظواهر متداخلة، وقد بذلت محاولات مختلفة للتمييز بينها، فالفراغ أو وقت الفراغ يتكون من عدد من الأعمال والوظائف التي يمكن للفرد فيها أن يروح عن نفسه بملء إرادته الحرة سواء بقصد الراحة أو الترفيه عن النفس، أو اكتساب معارف جديدة، أو تحسين مهاراته. وأيضا يعرف قاموس أكسفورد الترويح بأنه لعب أو تسلية أو إنعاش الجسم والعقل(٢٢).

وهكذا نجد أنه ليس من السهل التفرقة بين وقت الفراغ والترويح والسياحة، إلا أن السياحة ضرب من الترويح، وتنطوي على السفر والمكوث بعيدا عن الموطن (السكن الأصلي) لمدة تزيد عن ليلة، ومن الواضح أن الأنشطة الثلاثة متداخلة إلى حد كبير(٢٣).

ليس من السهل التفرقة بين وقت الفراغ والترويح والسياحة، إلا أن السياحة

---

(21) Hornby, A. S. (1981), Oxford Dictionary of Current English, Oxford University, press, p. 190.

(22) Hornby, A. S. (1981), Oxford Dictionary. p. 704.

(23) Hornby, A. S. (1981), Oxford Dictionary of Current English, Oxford University Press.

وأصبح استثمار وقت الفراغ والترويح والسياحة متزايد الأهمية في المجتمعات المعاصرة، وفي نوعية الحياة التي يحياها المواطنون، وبسبب هذا أجريت دراسات كثيرة في المجتمعات الغربية - ومنها المملكة المتحدة - لتحديد وقياس إمكانية ومستوى تقديم الخدمات الخاصة باستثمار وقت الفراغ والترويح والسياحة، وكذا قياس إمكانية الاستفادة من وقت الفراغ وعدّ Dowler أن توافر أنشطة وقت الفراغ والترويح يمثل عنصرا حيويا في المجتمع؛ لأنه يؤدي ببساطة دورا رئيسا في تغيير نوعية حياة الناس وتطويرها(٢٤).

الإطار التحليلي للبحث:

يتناول هذا الجزء الإطار التحليلي للبحث الذي اعتمد الباحث فيه على نظريتين أساسيتين، وهما: النظرية الإيكولوجية، ونظرية الاختيار العقلاني، وكيفية ارتباطهم وتفسيرهم لموضوع الدراسة الحالية.

أولا - النظرية الإيكولوجية:

وسوف يتم تناول هذه النظرية من خلال الآتي:

مفهوم الإيكولوجيا:

يرجع استخدام مصطلح Ecology إلى العالم أرنست هيكل عام ١٨٦٩م (١٢٨٦هـ)، وهي كلمة مشتقة من أصل يوناني، وتعني بيتًا أو مسكنًا والأشخاص الذين يقيمون في هذا البيت أو المسكن، وببساطة تعنى الإيكولوجيا بدراسة العلاقة بين الإنسان والمكان المحيط به(٢٥). ولكن الإيكولوجيا لا تقتصر على دراسة العلاقة بين الإنسان والمكان أو البيئة فقط، وإنما يمتد ذلك لدراسة أساليب تكيف الإنسان مع الظروف الإيكولوجية المحيطة، ودراسة علاقات التكافل بين أفراد المجتمع وموارد البيئة المحيطة.

---

(24) Dowler, Booker (1981), The Cultural Economy of Tourism, Abstract of Journal Article Sociologia Ruralis, 43, Jan-N-Y.

(25) Jonathan, Hughes (2000), Ecology and Historical Materialism, Cambridge: Cambridge University Press, p. 8.

مكونات النسق الإيكولوجي ووظائفه:

يتكون النسق الإيكولوجي من عناصر أساسية عدة أهمها:

وجود عنصر الحياة:

وذلك البعد الذي يضم كل الكائنات الحية في وسط معين، وتحقق هذه الكائنات وجودها من خلال عمليات التغذية والنمو والتكاثر والتكيف والتنفس والإخراج، هذا بالإضافة إلى المنافسة والصراع فيما بينها وأيضا الاختراق والتجديد والإحلال والمبادأة(٢٦).

ويقضي عنصر الحياة بانقسام الكائنات إلى وحدات وأنساق فرعية يمكن التمييز بينها، وهي تخضع لتبادل الحدود، ومن ثم لا يمكن تصور وجود أنساق مغلقة، كما أن الاستقلال غير موجود في النسق الإيكولوجي.

أهم المبادئ التي يجب أن تؤخذ في الحسبان عند دراسة النسق الإيكولوجي:

أ - تعقد وتشابك العلاقة بين الإنسان والبيئة؛ لأنها متغيرة.

ب - يتكون النسق الإيكولوجي من البيئة الطبيعية والإنسان والمجتمع وبينهم تفاعل مستمر.

ج - أن الإنسان جزء من العالم الطبيعي، ومن ثم فهو يتأثر ويؤثر فيها.

د - أن الإنسان دائما في محاولة توافق وتكيف مع البيئة(٢٧).

---

(26) Doak, L. Daniel, F., and D.Mills (1994), " A Useful Role for Theory in Conservation: Special Feature, Ecological Theory and Endangered Species." Ecology, Volume 75, no.3, pp. 615-625.

(٢٧) أبو زيد، أحمد، (١٩٩٦م)، دراسات في الإنسان والمجتمع الثقافي، الجزء الثاني، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، ص ص ٥٧٢-٥٧٣.

والنسق الإيكولوجي له وظيفتان أساسيتان، وهما:

أ - وظيفة داخلية، وتتمثل في المحافظة على العلاقات المتزنة بين الأجزاء المكونة للنسق.

ب - وظيفة خارجية، وتتمثل في التفاعل مع البيئة وأداء الوظيفة المطلوبة من النسق.

ومعنى ذلك أن النسق يحتوي على عناصر بعضها يعمل من أجل الحفاظ على الوضع القائم، بينما هناك عناصر أخرى تتحرك نحو التغيير(٢٨).

تعليق على النظرية الإيكولوجية وعلاقتها بالسياحة:

تفيد النظرية الإيكولوجية في هذا البحث من خلال نظرتها الشاملة للتفاعل بين العوامل البيئية من المنظور الشامل للأبعاد الطبيعية والثقافية والاجتماعية وعوامل البيئة المشيدة، حيث يمكن النظر للسياحة في ضوء ذلك من خلال التركيز في العوامل الآتية:

العوامل الطبيعية المرتبطة بالسياحة، مثل: البيئات الجبلية والسواحل أو الشواطئ والمناطق ذات المناخ المعتدل داخل المملكة. والعوامل الثقافية المرتبطة بالسياحة لبعض المناطق لأسباب ثقافية ومعتقدات دينية مثل الأماكن المقدسة. والعوامل المرتبطة بالبيئة المشيدة والتي تشمل الفنادق وأماكن الترويح والطرق والمنشآت السياحية ومدى إشباعها لاحتياجات الأسرة. وأخيراً العوامل الاجتماعية المرتبطة بالترويح والأسرة.

ثانيا: نظرية الاختيار العقلاني:

ترى هذه النظرية أن حساب كل شيء، أو وضع سعر لكل شيء عند التقييم أو الحساب النهائي أمر ضروري يساعد على الوصول إلى الاختيار العقلاني مع الوضع في الحسبان الجوانب الاجتماعية والمادية معا.

---

(28) Leighninger R., (1997), "System Theory and Social Work: A Reexamination, "Journal of Social Work Education, vol. 13(3), pp. 106-107.

ويرى "ماكس فيبر" أن استقرار العلاقات الاجتماعية ونمطيتها يعودان إلى أن البشر يتصرفون بعقلانية، وهذا لا يعني أن كل فعل هو فعل عقلاني، فقد ميَّز فيبر نفسه بين أشكال أربعة للفعل: الفعل التقليدي، والفعل العاطفي، والفعل الموجه نحو غاية عليا، والفعل الموجه نحو هدف عملي دنيوي، والفعل الأخير وحده هو الفعل العقلاني(٢٩).

وتذهب النظرية في منطلقها الأساسي إلى أن البشر يمارسون سلوكا يجلب لهم منافع ويشبع لديهم حاجات. والمجتمع عند هذه النظرية تتلخص صورته بأن نشاطات البشر المتبادلة ترمي إلى الحصول على الحد الأقصى من المنفعة، ولذا فإن أنشطتهم تركز في الإجراءات العقلانية التي يتبعونها في تقرير أفعالهم(٣٠).

ولعل أسهل طريقة لإيضاح الخصائص المميزة لنظرية الاختيار العقلاني، هو التركيز في محاولتها بناء نماذج لما يقوم به الفرد إذا ما تصرف بعقلانية في موقف معين. فمثلا أنا أعرف دخلي، وأعرف ما السلع والخدمات المتاحة لي، وأعرف ترتيب البدائل المتاحة لي حسب الأفضل، فهناك جانب نفعي واضح في نظرية الاختيار العقلاني، فأنا أختار ما يجلب لي أكبر درجة من الإشباع أو المنفعة(٣١).

تفسير نظرية الاختيار العقلاني وعلاقتها بالسياحة:

وترى هذه النظرية أن الأسرة تخضع لنظرية الاختيار العقلاني في كل شؤونها، بداية من اختيار الزوجين لبعضهما البعض، فكلا الزوجين يختاران بعضهما حسب حاجة كل زوج لشريكه من خلال الشخصية والإمكانات المادية والسن والتوافق العاطفي والنفسي

---

(29) John, Barry (1999). Environment and Social Theory. New York: Routledge.

(30) John, Barry (1999). Environment and Social Theory. New York: Routledge.

(31) John, Barry (1999). Environment and Social Theory. New York: Routledge.

وخلافه، فاختيار الزوجين لبعضهما يخضع للاختيار العقلاني، وأيضا الترويح والسياحة الداخلية يتم وفقا لاختيار عقلاني رشيد بمعنى أن الأسرة تختار بعد تفكير ودراسة عناصر عدة، أهمها:

أ - المكان المناسب للترويح الذي يحقق الغرض منه، ويحقق أيضاً الراحة والهدوء، ويتم الاختيار من بين الأماكن المختلفة المتاحة داخل المملكة العربية السعودية، بمعنى أن هناك اختيارًا عقلانيًا بين مناطق عدة سواء في داخل المملكة أو خارجها.

ب - أن هناك اختيارًا عقلانيًا آخر بين ما ينفق على السياحة أو الترويح والعائد الناتج عن هذا الإنفاق بمعنى أنه إذا لم تشبع الاحتياجات المختلفة للأسرة بشكل جيد ويتناسب مع ما تم إنفاقه فلن تعود الأسرة للسياحة مرة أخرى.

ج - أن هناك اختيارًا عقلانيًا آخر للأسرة بين إنفاق المال والوقت في مجال السياحة والترويح، أو إنفاقه في مجال آخر، مثل: شراء مستلزمات أو أجهزة وخلافه للأسرة، والذي يحدد ذلك هو مدى إشباع السياحة لاحتياجات الأسرة واستفادتهم من هذا الاختيار.

الدراسات السابقة:

١ - دراسة عامر (١٤١٣هـ) تحت عنوان "العلاقة بين برامج التنمية السياحية وغايات أمن السياحة بإمارة منطقة عسير - دراسة ميدانية". وقد استهدفت التحقق من العلاقة القائمة بين برامج التنمية السياحية وغايات الأمن السياحي بإمارة منطقة عسير، ولقد سعت هذه الدراسة للإجابة على تساؤل رئيس، وهو "كيف يمكن توثيق العلاقة بين برامج التنمية السياحية وغايات الأمن السياحي بالمنطقة؟"، ولقد أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة وطيدة بين برامج التنمية السياحية وغايات أمن السياحة بمنطقة عسير(٣٢).

---

(٣٢) فطيس، عامر (١٤١٣هـ)، العلاقة بين برامج التنمية السياحية وغايات أمن السياحة بإمارة منطقة عسير، مرجع سبق ذكره.

٢ - دراسة الثقفي (١٤١٩هـ) تحت عنوان "السياحة في المملكة العربية السعودية: السلوك والأنماط"، وهي من الدراسات الاستطلاعية التي تهدف إلى جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن السلوك السياحي، واستكشاف أنماط قضاء الإجازات على مستوى الأسرة المعيشية من قبل السياح في المدن الثلاث الرئيسة بغرب المملكة العربية السعودية والعوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في ذلك السلوك السياحي. ولقد أوضحت نتائج الدراسة أن هناك احتياجات سياحية للسكان السعوديين متنوعة ومتغيرة، وهي بحاجة إلى متابعة مستمرة، ويبدو فعلاً أنه كلما زاد الناس تعليماً وثراء زاد ما يطلبونه من السياحة، كذلك أوضحت النتائج أن المجتمع في حاجة إلى هيئة حكومية مركزية للتخطيط للتنمية السياحية وإدارة التسهيلات كمواجهة الطلب المتزايد، وأنه ينبغي توافر المواصلات في أوقات العطلات الرسمية، كما رصدت الدراسة أهم مناطق الجذب في المملكة بصفتها مناطق سياحية مهمة للسياحة الداخلية بالمملكة.

٣ - دراسة مرسي (١٩٨٧م) تحت عنوان "الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للتنمية السياحية في جمهورية مصر العربية"، وقد استهدفت الدراسة الكشف عن الأهميةَ الاقتصادية والاجتماعية الناتجة عن تنمية قطاع السياحة في جمهورية مصر العربية. ولقد أوضحت نتائجها أن التنمية السياحية لها دور مهم ومحوري في التنمية الاقتصادية، حيث إنها تسهم بدور فاعل في توفير العملات الأجنبية في المجتمع، فضلاً عن زيادة الموارد من العملات المحلية، كما أوضحت أيضا أن تنمية السياحة تؤدي إلى تحسن مستوى العمالة وزيادة الأجر. وأشارت النتائج كذلك إلى أن النشاط السياحي يتأثر بالمناخ السياسي والاقتصادي في المجتمع، وأن تنمية قطاع السياحة بشكل عام يسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع(٣٣).

---

(٣٣) مرسي، سلوى (١٩٨٧م)، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للتنمية السياحية في جمهورية مصر العربية، مرجع سبق ذكره.

٤ – دراسة عبداللطيف (١٩٩٠م) تحت عنوان "دور التربية في تنمية الوعي السياحي بأسوان"، استهدفت التعرف على دور التربية في تنمية الوعي السياحي للمواطنين، وأشارت إلى وجود العديد من الآثار الاجتماعية السلبية لصناعة السياحة، ومنها: أن السياح يقبلون على المجتمع المصري من ثقافات مختلفة تماماً عن ثقافة المجتمع بما فيه من عادات وتقاليد؛ وهذا يؤدي إلى الصراع بين قيم وتقاليد المجتمع وما هو وافد من مجتمعات أخرى. وأوضحت نتائج الدراسة أنه ينبغي تنمية وعي الأفراد بأهمية السياحة ومعاملة السياح معاملة حسنة، وضرورة أن يكون هناك وعي كافٍ للمواطنين بالاختلاف بين ثقافة مجتمعهم وثقافات المجتمعات الأخرى واحترام هذه الثقافات، وضرورة التمسك بعادات وتقاليد المجتمع المصري، وعدم محاكاة السياح الأجانب في سلوكهم وتصرفاتهم(٣٤).

٥ – دراسة الدندراوي (١٩٩٤م) تحت عنوان "العوامل الاجتماعية المؤثرة سلبياً في تنمية الوعي السياحي"، استهدفت التعرف على العوامل الاجتماعية المؤثرة في تنمية الوعي السياحي مع التوصل إلى تصور مقترح لدور الخدمة الاجتماعية في مواجهتها. وقد أوضحت نتائج الدراسة أن هناك عوامل اجتماعية متصلة بالمقيمين في المناطق السياحية وعوامل اجتماعية متصلة بالعاملين في مجال السياحة. فبالنسبة للعوامل المتصلة بالمقيمين أوضحت النتائج أن من أهم هذه العوامل:

أ – عدم قناعة بعضهم بأن السياحة تمثل مصدراً مهماً من مصادر الدخل القومي في مصر.

ب – محاولة استغلال السائح بشكل يسيء إلى سمعة البلد.

ج – اختلاف الثقافات بين السياح والمواطنين.

---

(٣٤) أبو العلا، سهير عبداللطيف (١٩٩٠م)، دور التربية في تنمية الوعي السياحي بأسوان، مرجع سبق ذكره.

أما بالنسبة للعوامل المتصلة بالعاملين فلقد أوضحت نتائج الدراسة أن من أهم هذه العوامل:

أ - الشعور بالاغتراب بالعمل.

ب - عدم وجود برامج للتثقيف السياحي للعاملين في المجال السياحي.

ج - عدم قيام بعض العاملين بدورهم فيما يتصل بالوعي السياحي بالمواطنين(٣٥).

٦ - دراسة الهيئة العليا للسياحة (١٤٢٢هـ) تحت عنوان "دراسة وقت الفراغ، المرحلة الأولى: استطلاع آراء أفراد المجتمع السعودي حول فترات إجازات العام الدراسي"، سعت للإجابة على تساؤلين أساسيين، وهما:

أ - كيف يرى (أو يقيم) أفراد المجتمع فترة كل إجازة من الإجازات؟ هل يرون أن هذه الفترة قصيرة أو طويلة أو أنها مناسبة ومقبولة؟

ب - ما مدى موافقة أفراد المجتمع على إيجاد إجازة قصيرة لمدة ٣ - ٥ أيام في منتصف كل فصل دراسي تستقطع من فترة إجازة الصيف؟ وهل يختلف مدى هذه الموافقة باختلاف الخصائص الشخصية والمكانية للأفراد؟ ولقد أوضحت نتائج الدراسة أنه بصفة عامة هناك قبول من لدى أفراد المجتمع بطول فترات الإجازات المدرسية ككل، ولا سيما بالنسبة لإجازة الصيف، وعبر عن ذلك ما يقرب من ٧٢٪ من إجمالي أفراد العينة التي بلغت ١٥٠٦ أفراد، وأوضحت أيضاً نتائج الدراسة أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يرون أن فترة عطلة الصيف تعد فترة مقبولة لديهم، وأنه ليس هناك فروق إحصائية بين الرجل والمرأة أو

---

(٣٥) الدندراوي، علي عباس (١٩٩٤م)، العوامل الاجتماعية المؤثرة سلباً في تنمية الوعي السياحي، مرجع سبق ذكره.

الكبير والصغير أو المتزوج والأعزب أو ذوي التعليم العالي والمنخفض في رؤيتهم لهذه الفترة. وأشارت نتائج الدراسة أن ٤٧,٣٪ من أفراد مجتمع البحث يوافقون على استحداث إجازتين قصيرتين، مدة كل منهما (٣ - ٥ أيام)، تؤخذ أحدهما في منتصف الفصل الأول من العام الدراسي، وتؤخذ الأخرى في منتصف الفصل الدراسي الثاني، في حين أبدى ٤٤,٨٪ عدم موافقتهم على ذلك، وأوضحت أيضاً نتائج الدراسة أن مدى الموافقة لا يتأثر بالمستوى التعليمي أو الحالة العائلية، بل يتأثر بشكل نسبي بجنس المجيب وعمره ومستواه الاقتصادي(٣٦).

٧ - دراسة محمد رحيم (١٤٢٣هـ) بعنوان "دور العناصر البشرية في تسويق الخدمات السياحية: دراسة استكشافية"، واستهدفت توضيح أهمية العنصر البشري في التأثير في خطط وبرامج تسويق الخدمات السياحية المحلية، والتعرف على الخصائص التي ينبغي توافرها في القائمين على تقديم خدمات السياحة، كما استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة، واستخدمت استبانة لجمع البيانات والمقابلات الشخصية المتعمقة مع بعض المسؤولين في الشركات المشاركة في الدراسة. وأوضحت نتائج الدراسة أن الخصائص التي ينبغي توافرها في القائمين على تقديم الخدمات السياحية هي: حسن الخلق، حسن المظهر، الهدوء، اللياقة في الكلام، القدرة على التأقلم مع الآخرين، القدرة على التصرف في المواقف، القدرة على الإقناع، هذه صفات شخصية. بينما الصفات المكتسبة تمثلت في: توافر المعلومات عن السياحة، إجادة اللغة الإنجليزية، التخصص في مجال التسويق، المؤهل العلمي. وقد توصلت الدراسة إلى محدودية الكفاءات البشرية المؤهلة العامة في

---

(٣٦) الهيئة العليا للسياحة (١٤٢٢هـ)، دراسة وقت الفراغ، المرحلة الأولى، استطلاع آراء أفراد المجتمع السعودي حول فترات إجازات العام الدراسي، مرجع سبق ذكره.

مجال تسويق الخدمات السياحية، حيث اقتصر العاملون في هذا المجال للشهادات في مجال تسويق السياحة، لقد أوصت هذه الدراسة بأنه ينبغي الاهتمام بضرورة توفير برامج التدريب للعاملين في مجال تسويق الخدمات السياحية، والالتحاق بالبرامج المتخصصة كتطوير الكفاءات البشرية وتنميتها(٣٧).

٨ - دراسة أحمد فاضل (١٤٢٣هـ) بعنوان "تسعيرة الخدمات السياحية وأثرها في جذب السياحة في مدينة جدة"، استهدفت إلقاء الضوء في حركة السياحة العالمية وأهميتها بصفتها مصدرًا للدخل القومي، ومعرفة اتجاهات السياحة بالمملكة، ودراسة مقومات السياحة بمدينة جدة. وأوضحت نتائج الدراسة أن محافظة جدة تتمتع بمقومات سياحية عالية المستوى تتمثل في المنشآت الحضارية والمراكز التجارية وشاطئ البحر والمنتجعات السياحية والمراكز الثقافية. وأوضحت أيضاً أن الأسعار في مدينة جدة مناسبة للجذب السياحي، فهي في أغلب الأحيان أقل من المستوى العام في المملكة، غير أن أسعار الشاليهات فيها تعد مرتفعة إلى حد ما، وتعد كذلك أسعار الشقق المفروشة مرتفعة نسبياً. ولقد أوصت هذه الدراسة بإعطاء حرية أكبر للمشاريع السياحية خاصة الشاليهات البحرية لزيادة العرض، ومن ثم تنخفض الأسعار، والعمل على توفير الخدمات السياحة بأسعار معقولة، وذلك من خلال الرقابة على أسعار المنتجات والخدمات السياحية، وإزالة العقبات الإدارية التي تعوق تنمية السياحة، وأخيراً إنشاء مراكز معلومات متخصصة للخدمات السياحية بالمملكة(٣٨).

---

(٣٧) بن محمد رحيم، حبيب الله (١٤٢٣هـ)، دور العناصر البشرية في تسويق الخدمات السياحية: دراسة استكشافية، مرجع سبق ذكره.

(٣٨) أحمد فاضل، وديع (١٤٢٣هـ)، تسعيرة الخدمات السياحية وأثرها على جذب السياحة في مدينة جدة، مرجع سبق ذكره.

٩ - دراسة العزب (٢٠٠٢م) بعنوان "التأثير الثقافي لقطاع السياحة في مصر ودوره في تحقيق السلام الاجتماعي"، استهدفت إبراز مدى التأثير الثقافي في كل من السياح ومواطني دولة الضيافة، والوقوف على الأسباب التي تؤدي إلى التصادم الحضاري بين السياح والمواطنين. وأوضحت نتائج الدراسة أن الغالبية العظمى من مجتمع الدراسة سبق لهم القيام برحلات داخلية، وبعضهم الآخر قام برحلات ينظمها الأصدقاء إلى الشواطئ والأماكن السياحية في مصر، وأن أهم ما أوصت به هذه الدراسة ضرورة زيادة المساحة المخصصة للسائح الداخلي المصري من حيث الأسعار المناسبة، والقدرة على السفر الداخلي إلى المناطق السياحية المختلفة، والتأكيد على القيم السلوكية التي نستطيع اكتسابها من السياح، مثل: المحافظة على النظام العام، واحترام الوقت، وتقديس العمل، والمحافظة على المعالم السياحية، والتأكيد على أن النشاط السياحي ليس مصدرًا للكسب المادي فقط، ولكنه مصدر الخبرات والتجارب والتعرف على حضارة الشعوب، وينبغي أن تشمل المناهج الدراسية على إعطاء تلاميذ المراحل التعليمية المختلفة جرعة مبسطة وشاملة تظهر خصائص النشاط السياحي وأهميته وكيفية الاستفادة منه، وأنه لابد للمؤسسات الصحفية والإعلامية أن تبرز أهمية النشاط السياحي والجوانب الإيجابية فيه حتى يمكن عمل تسويق للسياحة(٣٩).

١٠ - دراسة أسامة (٢٠٠٢م) تحت عنوان "السياحة ودورها في تحقيق السلام الاجتماعي"، استهدفت التعرف على الدور الذي تؤديه السياحة في خلق وتوطيد أواصر التعاون والترابط بين أفراد المجتمع الواحد، والتعرف على دور السياحة في تحقيق السلام الاجتماعي، وقد أكدت هذه الدراسة ضرورة الاهتمام برفع مستوى الوعي لدى

---

(٣٩) العزب، تغريد ضوى (٢٠٠٢م)، التأثير الثقافي لقطاع السياحة في مصر ودوره في تحقيق السلام الاجتماعي، مرجع سبق ذكره.

المجتمع بجميع فئاته لإظهار مدى أهمية السياحة وآثارها المتعددة، والمؤثرة في الحياة بمختلف مظاهرها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وتصحيح المفاهيم الخاطئة لدى المواطنين عن السياحة، وبإظهار الجوانب الإيجابية لها، وذلك من خلال توعية المواطنين. وكذلك أكدت ضرورة التركيز في السياحة الداخلية التي لا تقل أهمية عن السياحة الخارجية، والاهتمام باحتياجات المواطنين من أنشطة السياحة المختلفة للمساعدة في تربية احتياجاتهم. فينبغي أن تكون هناك برامج لتوعيتهم بالجوانب الإيجابية التي يمكن أن تجذبهم بالقيام بالأنشطة السياحية، وينبغي أيضاً أن تهتم هذه البرامج بجميع الفئات المجتمعية(٤٠).

١١ - دراسة اليوسف وآخرين (١٤٢٦هـ) تحت عنوان "بعض العوامل المعيقة للسياحة الداخلية في المجتمع السعودي من وجهة نظر الذكور والإناث"، استهدفت التعرف على العوامل المعيقة للسياحة الداخلية، ولعل من أهم النتائج التي توصلت إليها أن هناك عوائق اجتماعية تحول دون نجاح السياحة الداخلية، وأنه لابد من توفير المزيد من المرونة في إقامة الأنشطة السياحية، وضرورة وجود توعية سياحية مستمرة في مناطق السياحة الداخلية من أجل أن تنجح السياحة فيها، ومن الملاحظ أن هناك تداخلاً بين هذه المعوقات الثلاثة. كما أوضحت أيضاً نتائج الدراسة أن البيئة الاجتماعية والخدمات والأنشطة السياحية العامة عناصر معيقة للسياحة الداخلية بالمملكة. ولعل أهم ما أوصت به هذه الدراسة هو نشر الوعي السياحي؛ لتثقيف المواطن بأهمية السياحة الداخلية، وتوفير الخدمات السياحية غير المتوافرة، وتطوير المتوافر منها في المناطق السياحية داخل المملكة، وأخيراً تسخير الخدمات السياحية كافة بما

---

(٤٠) أسامة، نهلة (٢٠٠٢م)، السياحة ودورها في تحقيق السلام الاجتماعي، مرجع سبق ذكره.

يتناسب مع مستوى دخل الأسرة، وحث المكاتب السياحية على تشجيع السياحة الداخلية بالمملكة وتسويقها(٤١).

يتضح من العرض السابق للدراسات السابقة أهمية تضافر الجهود للإسهام في عملية التنمية السياحية في المملكة، وبالإضافة إلى أن هناك ندرة في الأبحاث المتعلقة باتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية الأمر الذي دفع الباحث إلى الاهتمام بهذا الموضوع.

الإجراءات المنهجية للبحث:

في إطار تحقيق هذا البحث اعتمد الباحث على مجموعة من الإجراءات المنهجية لجمع البيانات وتحليلها، واستخراج النتائج، وهي على النحو الآتي: طبيعة البحث، نوع البحث، المنهج المستخدم، عينة الدراسة وأداة جمع البيانات، إجراءات صدق أداة جمع البيانات وثباتها، إجراءات جمع البيانات، تحليل البيانات، الاعتبارات الأخلاقية للبحث، وأخيراً حدود البحث.

أولاً - طبيعة البحث:

يُعد هذا البحث من البحوث ذات الطبيعة الكمية التي تختص بتقديم معطيات أو بيانات رقمية أو عددية تعتمد على استخدام أسلوب التحليل الإحصائي في تحليل البيانات وجدولتها، ويرجع استخدام الباحث لمنهج البحث الكمي للاعتبارات الآتية:

١ - أن هذا البحث قد طُبق على عدد كبير من الأسر السعودية، بلغ عدد الذكور (١٠٠٤)، وعدد الإناث (٥٠٢).

٢ - أن البحث اعتمد على مؤشرات محددة يمكن قياسها، وفي إطار تحقيق ذلك تم بناء أداة البحث لقياس اتجاهات أفراد العينة نحو السياحة الداخلية، مستخدماً طريقة مقياس

---

(٤١) اليوسف، عبدالله عبدالعزيز وآخرون (١٤٢٤هـ)، بعض العوامل المعيقة للسياحة الداخلية في المجتمع العربي السعودي، مرجع سبق ذكره.

ليكرت (Likert Scale) لترجمة هذه الاتجاهات كمياً من خلال مقياس، تراوح مداه بين الرقم (١) والرقم (٥)، حيث يعبر الرقم (١) عن أشد الاتجاهات سلبية، ويدل الرقم (٥) على أكثرها إيجابية، وباتباع طرائق القياس الموضوعية المعروفة لإعداد المقياس تم الوصول في النهاية إلى إحدى وعشرين (٢١) عبارة (سؤال) تقيس اتجاهاتهم، والمستخدمة في البحث الحالي.

ثانياً - نوع البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية، وتهدف إلى وصف وتحليل اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة، وكذلك التعرف على المعوقات التي تواجه الأسرة السعودية للقيام برحلات سياحية داخلية، هذا بالإضافة إلى معرفة العلاقة بين خصائص المبحوثين وعلاقتها باتجاهاتهم نحو السياحة الداخلية، وأيضاً التعرف على أفراد الأسرة الأكثر تشجيعاً للسياحة الداخلية، ومدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات الأسرة الترويحية، وأخيراً معرفة المدن الأكثر جذباً للسياح بالمملكة.

ثالثاً - المنهج المستخدم في البحث:

استخدم منهج المسح عن طريق العينة من كل مدينة وقرية وفقاً للعينة المتعددة المراحل بحيث تم التقسيم إلى أحياء، ثم اختيار عدد من الأحياء عشوائياً، ثم أخذت عينة من المساكن التابعة للأحياء بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، وبعد ذلك مقابلة المبحوثين، وتم استخدام هذا المنهج؛ لأنه يعد من أنسب المناهج التي تستخدم في الدراسات الوصفية التي تستهدف شريحة كبيرة من مجتمع البحث، ويعد منهج المسح عن طريق العينة من أكثر المناهج الاجتماعية مرونة من حيث تعدد أغراض استخدامه، وهو يطبق كثيراً على البحوث الاجتماعية والسلوكية، ويمتاز المنهج المسحي عن كثير من المناهج

الاجتماعية الأخرى بقابليته للتعدد مع غيره أو تطبيقه منفرداً؛ وهذا ما دفع إلى استخدامه، وذلك للكشف عن اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية ومدى قدرتها على إشباع احتياجاتهم المختلفة، ويرجع أيضاً استخدام منهج المسح الاجتماعي في هذا البحث لكبر حجم العينة، واتساع النطاق الجغرافي.

رابعا - عينة البحث وأداة جمع البيانات:

طُبق البحث على مناطق جغرافية مختلفة في المملكة العربية السعودية، وهي منطقة الرياض وتضم (الرياض وجلاجل والحوطة)، ومنطقة القصيم وتضم (بريدة)، والمنطقة الشرقية وتضم (الدمام والقارة)، ومنطقة مكة المكرمة وتضم (جدة والطائف)، ومنطقة المدينة المنورة وتضم (المدينة وقرية الوبرة)، ومنطقة الحدود الشمالية وتضم (القريات)، ومنطقة حائل وتضم (حائل) ومنطقة عسير وتضم (أبها ورجال ألمع)، ومنطقة الباحة وتضم (رغدان)، ومنطقة نجران وتضم (قرة قرب مدينة نجران)، ومنطقة جازان وتضم (جازان)، حيث بلغ عدد المدن والقرى المختارة سبع عشرة، ولقد تم اختيار هذه المدن والقرى وفق تصنيف الهيئة العليا للسياحة الذي تمثل في معيارين أساسيين، وهما: درجة تحضر هذه المناطق (مدن، قرى)، ودرجة الجذب السياحي لها، حيث اختيرت مدن وقرى ذات جذب سياحي، وأخرى غير معروفة بجذبها السياحي، فأما المدن ذات الجذب السياحي فتتمثل في (جدة – الطائف – الرياض – الدمام – المدينة المنورة – أبها)، أما القرى ذات الجذب السياحي فتتمثل في (القارة – رجال ألمع – رغدان).

من جهة أخرى فإن المدن غير المعروفة بالجذب السياحي تتمثل في (القريات – بريدة – جازان – حائل)، في حين تتمثل القرى غير المعروفة بجذبها السياحي في (جلاجل – الحوطة – قرة – الوبرة). ولقد اختيرت العينة من كل مدينة وقرية وفق طريقة العينة العشوائية

المتعددة المراحل، حيث قسمت المدن والقرى المذكورة آنفًا إلى أحياء، وتم اختيار عدد من هذه الأحياء عشوائياً، ثم تم أخذ عدد من المساكن الكائنة بهذه الأحياء بطريقة العينة العشوائية البسيطة؛ لتطبيق أداة البحث على أفراد الأسر المختارة عشوائيا في هذه المدن والقرى، حيث طبق البحث على عدد (١٠٠٤) من الذكور، و(٥٠٢) من الإناث، ممن تزيد أعمارهم عن ١٧ عاماً. والجدول الآتي يوضح تفاصيل توزيع عينة البحث وفق المناطق الجغرافية والإدارية، وكذلك حسب أجناس المبحوثين.

جدول رقم (١)

توزيع أفراد العينة من الذكور والإناث حسب المدن والقرى

التصنيف	المنطقة الإدارية	عدد أفراد العينة من الذكور	عدد أفراد العينة من الإناث
مدن ذات جذب سياحي:			
- جدة	مكة المكرمة	٨٠	٤٠
- الطائف	مكة المكرمة	٧٥	٣٥
- الرياض	الرياض	٨٠	٤٠
- الدمام	الشرقية	٨١	٤٠
- المدينة المنورة	المدينة المنورة	٨٠	٤٠
- أبها	عسير	٧٦	٣٥
مدن غير معروفة بجذبها السياحي:			
- القريات	الجوف	٨٣	٤٣
- بريدة	القصيم	٨٢	٤٣
- جازان	جازان	٨٢	٤٢
- حائل	حائل	٨٣	٤٢

تابع جدول رقم (١)

التصنيف	المنطقة الإدارية	عدد أفراد العينة من الذكور	عدد أفراد العينة من الإناث
قرى ذات جذب سياحي:			
- القارة	الشرقية (الأحساء)	٣٤	١٦
- رجال ألمع	عسير	٣٣	١٧
- رغدان	الباحة	٣٥	١٨
قرى غير معروفة بجذبها السياحي:			
- جلاجل	الرياض	٢٥	١٢
- الحوطة	الرياض	٢٥	١٣
- قرة قرب مدينة نجران	نجران	٢٥	١٤
- الوبرة بالمدينة المنورة	المدينة المنورة	٢٥	١٢
المجموع		**١٠٠٤**	**٥٠٢**

وفيما يتعلق بجمع بيانات البحث الحالي فقد تم جمعها من خلال تشكيل فريق عمل حيث خُصص فريق نسائي وفريق آخر من الذكور، وكان ذلك في أواخر صيف عام ٢٠٠٢م (١٤٢٣هـ). ولجمع البيانات تم تصميم استبانة تتكون من ثلاثة أجزاء، فهناك أسئلة تختص بخصائص أفراد العينة وأسرهم، وتتمثل في الجداول (٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨، ٩، ١٠)، وتساؤلات أخرى تتعلق بخبرات السياحة لدى المبحوثين، والأشخاص الذين يتخذون القرار لفكرة السياحية بالأسرة، ومدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات الأسرة الترويحية، والمدن التي يفضل المبحوث السفر إليها، والمعوقات التي تعوق المبحوثين للقيام برحلات سياحية، وتتضح في الجداول (١١، ١٢، ١٣، ١٤، ١٥)، بينما يحتوي الجزء الثالث على عبارات عدة تقيس اتجاهات أفراد العينة نحو السياحة، ويتضح ذلك في جدول رقم

(١٦). والجدول الآتي يوضح متغيرات الدراسة المتضمنة في الاستبانة المستخدمة في جمع البيانات.

جدول رقم (٢)

المتغيرات المتعلقة بالاستبانة

المتغير	بدائل الاختبارات
أعمار أفراد العينة	العمر بالسنوات، وقد يتم وضعه في فئات تبعاً لمتطلبات التحليل الإحصائي.
الحالة العائلية لأفراد العينة	١ - متزوج (متزوجة) ٢ - أعزب (عزباء) ٣ - مطلق (مطلقة)، ٤ - أرمل (أرملة).
المستوى التعليمي	١ - غير متعلم ٢- الشهادة الابتدائية ٣ - الشهادة المتوسطة أو ما يعادلها ٤ - الشهادة الثانوية أو ما يعادلها ٥ - الشهادة الجامعية ٦ - شهادة ما فوق الجامعة (دبلوم، ماجستير، دكتوراه).
نوعية مهن أفراد عينة الذكور	١ - موظف حكومي (مدني أو عسكري) ٢ - موظف في القطاع الخاص ٣ - تجارة وأعمال حرة ٤ - متسبب ٥ - متقاعد ٦ - أخرى تذكر... (حدد)
نوعية مهن أفراد عينة الإناث	١ - موظفة حكومية ٢ - موظفة في القطاع الخاص ٣ - ربة منزل ٤ - طالبة ٥- أخرى تذكر... (حدد)
مستوى الدخل الشهري للأسرة	١ - أقل من ٣٠٠٠ ريال، ٢ - من ٣٠٠٠ - ٥٩٩٩ ٣ - من ٦٠٠٠ - ٨٩٩٩ ٤ - من ٩٠٠٠ - ١٢٠٠٠ ٥ - أكثر من ١٢٠٠٠ ريال.
تجربة السفر	١ - سبق له/ لها السفر ٢ - لم يسبق له/ لها سفر
اتجاهات أفراد العينة نحو السياحة الداخلية	(إحدى وعشرون عبارة) وضعت على مقياس ليكرت (Likert Scale) حيث طلب من أفراد العينة إبداء موافقتهم أو عدمها على العبارات ضمن خمسة مستويات من الموافقة أو عدمها.

خامسا - إجراءات صدق الاستبانة وثباتها:

صدق أداة جمع البيانات:

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من أساتذة في علم الاجتماع وعلم النفس ومجموعة من الخبراء في مجال السياحة؛ وذلك للتأكد من أن الاستبانة سوف تحقق الهدف منها، وتقيس ما وضعت من أجله، والتأكد من أن كل تساؤل بحثي تعبر عنه مجموعة من الأسئلة التي يمكن الإجابة من خلالها، وبالفعل أكد جميع المحكمين أن الاستبانة ملائمة تماماً مع موضوع البحث، بالإضافة إلى أن أسئلة الاستبانة سوف تجيب على كل تساؤل بحثي بعد تعديل بعض الصياغات اللغوية، وحذف الأسئلة المتكررة، وإضافة بعض الأسئلة الأخرى المرتبطة بالبحث، وكانت نسبة الاتفاق بين المحكمين على هذه الملحوظات البسيطة (٩٠٪)، وبعد ذلك تم عمل جميع التعديلات قبل البدء في جمع البيانات.

ثبات أداة جمع البيانات:

تم استخدام طريقة إعادة الاختبار للتحقق من ثبات أداة جمع البيانات المستخدمة في البحث الحالي، فلقد طبقت الاستبانة على ٢٠ شخصًا يمثلون بعض الأسر المختارة في عينة الدراسة (١٠ ذكور، ١٠ إناث)، وبعد أسبوعين تمت إعادة الاختبار؛ للتأكد من ثبات أداة جمع البيانات، وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون لمعرفة مدى ثبات إجابات الطلاب على بعض أسئلة الاستبانة، وقد بلغ معامل الارتباط في اختبار بيرسون لمتغيرات كالعمر والدخل (١,٠٠)، وباقي المتغيرات لا تقل عمّا نسبته (٠,٨)، وتعد هذه النسبة مقبولة إحصائياً.

سادساً - إجراءات جمع البيانات:

لقد اتبع جميع الإجراءات الضرورية؛ لتأمين عملية جمع البيانات، وكذلك لتأمين عملية الوصول إلى المبحوثين، إن طبيعة البحث

وأهدافه كانت مشروحة للمبحوثين، وكذلك تمت الإجابة على تساؤلاتهم المرتبطة بالبحث حتى يمكن تأمين وضوح جميع النقاط لهم.

سابعاً - تحليل البيانات:

إن جميع البيانات المحصلة بفضل الاستبانة المستخدمة للتعرف على اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية، وكذلك الوقوف على المعوقات التي تعوق الأسرة السعودية من القيام برحلات سياحية، قد تم تحليلها ومعالجتها من خلال برنامج SPSS. ففي خطوة أولى إدخال جميع المتغيرات الموجودة في الاستبانة. وبعد ذلك تم تفريغ الإجابات لكل سؤال على حدة في البرنامج.

وفي خطوة ثالثة تم التحقق من صدق وجودة إدخال البيانات لعمل اختبار لصحة إدخال البيانات، وذلك من خلال سحب (٢٥) استبانة بشكل عشوائي، واختبار بياناتهم على البرنامج المذكور، علماً بأن هذه البيانات كانت مرقمة من قبل، وقد أثبتت الاختبارات أنه لا يوجد أي خطأ في عملية تفريغ الإجابات على برنامج SPSS.

وفي خطوة رابعة تم استخدام أسلوب التحليل الإحصائي الوصفي والعلاقي الذي شمل التوزيع التكراري والنسبة المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار كا^2، واختبار (ف)، كما تم أيضاً استخدام التحليل العاملي لتجميع المتغيرات (عوامل اتجاهات السياحة).

ثامناً - الاعتبارات الأخلاقية في البحث:

لقد تم احترام جميع الاعتبارات الأخلاقية في البحث العلمي في البحث الحالي، فقد تم احترام حق كل مبحوث في الحرية الكاملة للمشاركة في البحث، فضلاً عن أنه قد تم احترام سرية المعلومات المحصلة من المبحوثين وإعلامهم بذلك قبل جمع البيانات؛ حتى لا يشعر

المبحوث بأي نوع من الخوف أو الشك نحو المعلومات التي سيدلي بها، كما أن الاستبانة كانت مشروحة ومفسرة للمبحوثين قبل جمع البيانات، وقد تمت الإجابة على جميع تساؤلاتهم، وقد تم أيضاً احترام جميع إجابات المبحوثين وآرائهم.

تاسعاً - حدود البحث:

اشتمل هذا البحث على العديد من الحدود البحثية، وهي:

١ - أن هذا البحث طبق بصفة كلية على بعض الأسر في بعض المدن والقرى التابعة لبعض المناطق الجغرافية بالمملكة، ومن ثم لا يمكن تعميم نتائجه على المملكة، لأنه طبق على الجزء، وليس على الكل.

٢ - أنه طبق فقط على الذكور والإناث الذين هم أكبر من ١٧ عامًا.

٣ - أنه لم يطبق على عينة من الخبراء والمختصين في هذا المجال؛ لمعرفة آرائهم في المعوقات، والمقترحات الضرورية؛ لدعم السياحة الداخلية للأسر السعودية.

نتائج البحث الميدانية:

يعرض هذا الجزء من البحث النتائج الميدانية في أربعة محاور رئيسة:

الأول: النتائج المتعلقة بخصائص المبحوثين.

الثاني: النتائج المرتبطة بخبرات السفر لدى المبحوثين، والأشخاص الذين يتخذون قرار فكرة السياحة بالأسرة، ومدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات الأسرة الترويحية، والمدن التي يفضل المبحوث السفر إليها، والمعوقات التي تحول دون قيام المبحوثين برحلات سياحية.

الثالث: نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة باتجاهات الأسرة السعودية.

الرابع: الجداول العلاقية الارتباطية بين اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية وخصائص المبحوثين.

أولاً: نتائج البحث الميدانية المرتبطة بخصائص المبحوثين

الجدول الآتي يوضح الفئات العمرية للمبحوثين، وهي على النحو الآتي:

جدول رقم (٣)

الفئات العمرية للمبحوثين

الفئة العمرية	العدد (ك)	النسبة المئوية (٪)
أقل من ٢٦ سنة	٢٦٥	١٧,٦
من ٢٦ إلى أقل من ٤٥ سنة	٩٠٩	٦٠,٤
أكبر من ٤٥ سنة	٣٣٢	٢٢,٠
المجموع	١٥٠٦	١٠٠

توضح نتائج الجدول رقم (٣) أن الغالبية العظمى من المبحوثين يقعون في المرحلة العمرية من ٢٦ سنة إلى أقل من ٤٥ سنة، ونسبتهم (٦٠,٤٪) من عينة البحث؛ لأن هذه المرحلة تمثل النضج وتكوين الأسرة، كما أشارت نتائج الجدول نفسه إلى أن أقل من ربع مجتمع البحث يقعون في المرحلة العمرية أكثر من ٤٥ سنة، ونسبتهم (٢٢٪) من إجمالي العينة، وأن أقل نسبة هم هؤلاء الذين يقعون في المرحلة العمرية أقل من ٢٦ سنة، وبلغت نسبتهم (١٧,٦٪) من إجمالي العينة، وتدل هذه النسبة على أن هناك قطاعًا كبيرًا من مجتمع البحث من الشباب.

الجدول الآتي يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين.

جدول رقم (٤)

المستوى التعليمي للمبحوثين ذكوراً وإناثاً

النوع المستوى التعليمي	ذكر		أنثى	
	ك	٪	ك	٪
غير متعلم	٣٢	٣,٢	٩٦	١٩,١
ابتدائي	٨٣	٨,٣	٩١	١٨,١
متوسط	١٥٥	١٥,٤	٦١	١٢,٢
ثانوي	٣٩١	٣٨,٩	١٣١	٢٦,١
جامعي	٣٢٢	٣٢,١	١١٧	٢٣,٣
فوق الجامعي	٢١	٢,١	٦	١,٢
المجموع	١٠٠٤	١٠٠	٥٠٢	١٠٠

تعكس نتائج الجدول رقم (٤) أن أكبر نسبة من المبحوثين سواء من الذكور أو الإناث يحملون الشهادة الثانوية، حيث تبين نتائج هذا الجدول أن أكثر من ثلث المبحوثين الذكور ونسبتهم (٣٨,٩٪) من إجمالي عينة الذكور يحملون الشهادة الثانوية، وأن أكثر من ربع المبحوثات الإناث ونسبتهن (٢٦,١٪) يحملن الشهادة السابقة نفسها. وجاءت أقل نسبة إجابات سواء للمبحوثين من الذكور والإناث هؤلاء الذين يحملون شهادات فوق الجامعية، نسبة الذكور منهم (٢,١٪)، بينما الإناث (١,٢٪) من عينة الإناث.

الجدول الآتي يوضح نوع السكن للمبحوثين.

جدول رقم (٥)

نوع السكن للمبحوثين ذكوراً وإناثاً

النوع نوع السكن	ذكر		أنثى	
	ك	٪	ك	٪
شقة	٣٧٧	٣٧,٦	٢٠٦	٤١,١
فلة	٤٤٠	٤٣,٨	٢٠٠	٣٩,٨
بيت شعبي	١٥٠	١٤,٩	٨٦	١٧,١
أخرى	٣٧	٣,٧	١٠	٢,٠
المجموع	١٠٠٤	١٠٠	٥٠٢	١٠٠

تبرز نتائج الجدول رقم (٥) أن هناك نسبة كبيرة من المبحوثين الذكور يعيشون في فيلا ونسبتهم (٤٣,٨٪)، وأن أعلى نسبة في عينة الإناث هن اللآتي يعشن في شقق ونسبتهن (٤١٪). وهذا ربما يدل على ارتفاع المستوى المعيشي للمبحوثين من الذكور أكثر من الإناث.

الجدول الآتي يبين الدخل الشهري للمبحوثين ذكورًا وإناثًا.

جدول رقم (٦)

الدخل الشهري لأسر المبحوثين

النوع الدخل الشهري	ذكر		أنثى	
	ك	٪	ك	٪
أقل من ٣٠٠٠ ريال	٨٠	٨,٠	٥٨	١١,٦
من ٣٠٠٠ – أقل من ٥٩٩٩ ريالاً	٣١٠	٣٠,٩	١٥٦	٣١,١
من ٦٠٠٠– أقل من ٨٩٩٩ ريالاً	٣٠٤	٣٠,٣	١٦٩	٣٣,٧
من ٩٠٠٠– أقل من ١٢٠٠٠ريال	١٨٩	١٨,٨	٦٦	١٣,١
أكثر من ١٢٠٠٠ ريال	١١٦	١١,٥	٥٢	١٠,٣
غير مبين	٥	٠,٥	١	٠,٢
المجموع	١٠٠٤	١٠٠	٥٠٢	١٠٠

يتـضح من بيـانات الجـدول رقم (٦) أن أغلب أفـراد العـينة من الذكـور والإناث الذين يقع دخلهم في الفـئـة من ٣٠٠٠ ريال إلى أقل من ٩٠٠٠ ريال شـهـرياً، وشكلت نسـبـتـهم (٦١,٢٪) نسـبـة الذكـور و(٦٤,٨٪) من الإناث، وكـانت أقل فـئـة في دخـول الذكـور هم هؤلاء الذين دخـولهم أقل من ٣٠٠٠ ريال، ونسـبـتـهم (٨٪)، بينما كـانت أقل نسبة من عينة الإناث هي لمن دخلهن ١٢٠٠٠ ريال فأكثر، ونسبتهن (١٠,٣٪). وهذه فئـة تمثل شـريحـة وسطى ليـست من الأسـر الثـرية، وربما يعكس ذلك الإقبال الكبير من شـرائح المجتمع على السـياحة الداخليـة رغم أنهـا ليـست من الأثرياء؛ مما يوضح أهمـيـة التـرويح والسياحة للأسرة السعودية.

الجدول الآتي يبين نوع مهن أفراد العينة من الذكور

جدول (٧)

نوع مهن أفراد العينة من الرجال

المهنة	التكرار	٪
موظف حكومي	٣٨٣	٣٨,٢
عسكري	٥٠	٥,٠
موظف قطاع خاص	١٨٣	١٨,٣
أعمال حرة	١٥٦	١٥,٦
متقاعد	٨٤	٨,٤
متسبب	١٠٧	١٠,٧
طالب	٣٦	٣,٦
غير مبين	٥	٠,٢
المجموع	١٠٠٤	١٠٠

يعكس الجدول رقم (٧) أن أكثر من ثلث عينة الذكور يعملون في الوظائف الحكومية، حيث جاءت نسبتهم (٣٨,٢٪) من أفراد العينة. وأن (١٥,٦٪) من أفراد عينة الذكور يعملون في أعمال حرة. وأن (٣,٦٪) فقط من المبحوثين الذكور كانوا من الطلاب. هذا بجانب العاملين في القطاع العسكري (٥٪) والمتقاعدين (٨,٤٪)، والعاملين في القطاع الخاص والأعمال الحرة معا بنسبة (٣٣,٩ ٪).

الجدول الآتي يبين نوع مهن أفراد العينة من الإناث.

جدول (٨)

نوع مهن أفراد العينة من الإناث

المهنة	التكرار	٪
موظفة حكومية	٩٢	١٨,٣
موظفة قطاع خاص	٢٣	٤,٦
ربة منزل	٣٧٨	٧٥,٣
طالبة	٩	١,٨
المجموع	٥٠٢	١٠٠

يعكس الجدول رقم (٨) أن أغلب أفراد العينة من الإناث لا يعملن، وإنما متفرغات لشؤون المنزل، حيث جاءت نسبتهن (٧٥,٣٪). وأن (١٨,٣٪) يعملن في قطاع الحكومة، في مقابل (٤,٦ ٪) يعملن في القطاع الخاص، بينما كانت أقل نسبة من المبحوثات اللاتي أشرن إلى أنهن ما يزلن طالبات وكانت نسبتهن (١,٨ ٪) من إجمالي عينة الإناث.

الجدول الآتي يعرض مكان ميلاد المبحوثين.

جدول (٩)

مكان الميلاد للمبحوثين ذكوراً وإناثاً

مكان الميلاد	التكرار	٪
المنطقة الوسطى	٤٢٣	٢٨,١
المنطقة الشرقية	١٣٢	٨,٧
المنطقة الغربية	٢٥١	١٦,٧
المنطقة الشمالية	١٢٣	٨,٢
المنطقة الجنوبية	٤٢٣	٢٨,١
خارج المملكة	٢٩	١,٩
غير مبين	١٢٥	٨,٣
المجموع	١٥٠٦	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٩) أن أعلى نسبة من المبحوثين ينحدرون من المنطقة الوسطى، حيث جاءت نسبهم (٢٨,١٪) من المبحوثين. وتساوت معها في النسبة نفسها نسبة هؤلاء المبحوثين الذين ينحدرون من المنطقة الجنوبية، بينما كانت أقل نسبة من نصيب الذين ينحدرون من خارج المملكة، ونسبتهم (١,٩٪) من إجمالي العينة.

الجدول الآتي يبين عدد أفراد أسر المبحوثين.

جدول رقم (١٠)

عدد أفراد أسر المبحوثين ذكوراً وإناثاً

عدد أفراد الأسرة	التكرار	٪
أقل من ٦ أفراد	٤٦٦	٣٠,٩
٦-١٠ أفراد	٧٩٢	٥٢,٦
أكثر من ١٠ أفراد	٢٤٨	١٦,٥
المجموع	١٥٠٦	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١٠) أن أكثر من نصف أفراد العينة ينحدرون من أسر يتراوح حجمها ما بين ٦-١٠ أفراد، حيث جاءت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بذلك (٥٢,٦٪) من أفراد العينة، وهذه النسبة تتناسب مع عادات المجتمع السعودي وتقاليده الذي يتميز بكثرة أعداد الأسرة.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية المرتبطة بخبرات السفر وصاحب القرار في فكرة السفر، ومدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات الأسرة الترويحية، والمدن التي يفضل المبحوث السفر إليها، والمعوقات التي تحول دون قيام المبحوثين برحلات سياحية

جدول رقم (١١)

خبرات السفر خلال الخمس سنوات الماضية ذكوراً وإناثاً

النوع / خبرات السفر	ذكر		أنثى	
	ك	٪	ك	٪
توجد خبرة خلال خمس سنوات	٩٢١	٩١,٧	٤٣٠	٨٥,٧
لا توجد خبرة خلال خمس سنوات	٨٣	٨,٣	٧٢	١٤,٣
المجموع	١٠٠٤	١٠٠	٥٠٢	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول رقم (١١) أن أغلب أفراد العينة من الذكور والإناث قد قاموا بالسفر خلال الخمس سنوات الماضية بقصد السياحة، حيث كانت نسبتهم من الذكور (٩١,٧٪)، أما الإناث فكانت نسبتهن (٨٥,٧٪) من أفراد العينة.

الجدول الآتي يوضح من الذي قرر فكرة السفر، وكذلك اختيار المكان.

جدول رقم (١٢)

قرار فكرة السفر، واختيار المكان ذكوراً وإناثاً

النوع / الشخص الذي يقرر مكان السفر	ذكر		أنثى	
	ك	٪	ك	٪
عائل الأسرة	٤١٦	٤١,٤	٤٥	٩,٠
الزوجة	٤٦	٤,٦	٩١	١٨,١
الأولاد	٢٧	٢,٧	٢٦	٥,٢
والدا عائل الأسرة	٧٣	٧,٣	٣١	٦,٢
جميع أفراد الأسرة	٣٤٤	٣٤,٣	٢٤٢	٤٨,٢
صديق أو قريب	٢٦	٢,٦	٣	٦
غير مبين	٧٢	٧,١	٦٤	١٢,٧
المجموع	١٠٠٤	١٠٠	٥٠٢	١٠٠

يعكس الجدول رقم (١٢) قرار السفر داخل الأسرة، حيث تبرز نتائج الجدول أن (٤١,٤٪) من عينة الذكور أجابوا بأن قرار السفر داخل الأسرة يقوم به رب الأسرة، بينما ترى (٤٨,٢٪) من عينة الإناث أن قرار السفر داخل الأسرة هو قرار جميع أفرادها.

الجدول الآتي يوضح مدى تلبية الأماكن السياحية للاحتياجات الترويحية.

جدول رقم (١٣)

مدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات الأسرة الترويحية ذكوراً وإناثاً

النوع / الفئة	ذكر		أنثى	
	ك	٪	ك	٪
تلبية تامة	٤٠١	٤٣,٥	٢٨٦	٦٦,٥
تلبية جزئية	٣٩٧	٤٣,١	١٣٥	٣١,٤
لم تلب الاحتياجات	١٢٣	١٣,٤	٩	٢,١
غير مبين	٨٣	٨,٢	٧٢	١٤,٣
المجموع	١٠٠٤	١٠٠	٥٠٢	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول رقم (١٣) أن أكثر من ثلثي عينة الذكور، وأقل من نصف عينة الإناث يعتقدون أن الأماكن السياحية التي قاموا بزيارتها داخل المملكة قد لبت احتياجات أسرهم الترويحية تلبية تامة، حيث كانت نسبة الإناث (٦٦,٥٪)، بينما كانت نسبة الذكور (٤٣,٥٪)، بينما هؤلاء الذين قالوا بأنها لبت احتياجاتهم جزئياً من الذكور بلغت نسبتهم (٤٣,١٪)، بينما كانت نسبة الإناث (٣١,٤٪)، وهذا ربما يعكس أن الذكور يعتقدون أن تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات الأسرة الترويحية تقع بين التلبية التامة والجزئية.

الجدول الآتي يوضح نوعية المدن التي يفضل المبحوثون السفر إليها.

جدول رقم (١٤)

المدن التي يفضل المبحوثين السفر إليها داخل المملكة

النوع / المدينة	ذكر		أنثى	
	ك	٪	ك	٪
المدن الكبرى (جدة - مكة المكرمة - الرياض)	٥٢١	٣١,١	٢٦٦	٢٤,٦
القرى والأرياف	٦٩	٤,٢	٥٨	٦,٣
شواطئ المنطقة الشرقية	٢٢٦	١٣,٥	١٢٤	١٣,٥
شواطئ البحر الأحمر	٢٣٩	١٤,٣	١٢١	١٣,٢
المصايف الجبلية (الطائف - أبها - الباحة)	٥٣٤	٣٢,٠	٢٩٦	٢٩,٣
الصحراء والمناطق الخلوية (البر)	٨٢	٤,٩	٥٣	٥,٧
المجموع	١٦٧١(*)	١٠٠	٩١٨(*)	١٠٠

(*) أجاب المبحوثون بأكثر من إجابة.

يتضح من بيانات الجدول رقم (١٤) أن (٣٢٪) من عينة الذكور، و(٢٩,٣٪) من عينة الإناث يفضلون المصايف الجبلية، مثل: الطائف، وأبها، والباحة، بينما هؤلاء الذين يفضلون المدن الكبرى، مثل: جدة، مكة المكرمة، الرياض، كانت نسبتهم بالنسبة للذكور (٣١,١٪) و(٢٤,٦٪) من الإناث؛ أي: أن أقل من ثلث المجيبين من الذكور وأقل من ربع المجيبات من الإناث تقريبًا، وأن أقل نسبة للمجيبين من الذكور هي (٤,٢٪) لهؤلاء الذين يفضلون القرى والأرياف مناطق سياحية فقط، أما الإناث فكانت نسبتهن (٦,٣٪) ممن يفضلن القرى والأرياف مدنًا للسياحة الداخلية، بينما كانت أقل نسبة للإناث هن اللواتي يفضلن الصحراء والمناطق الخلوية، وكانت نسبتهن (٥,٧٪) من المجيبات من عينة الإناث.

الجدول الآتي يبرز معوقات القيام برحلات سياحية في المملكة العربية السعودية.

جدول رقم (١٥)

المعوقات التي تحول دون قيام المبحوثين برحلات سياحية

النوع / نوع المعوق	ذكر		أنثى	
	ك	٪	ك	٪
معوقات مالية	٤٩٨	٣٤,٤	٢٤١	٣٠,٨٥
معوقات أسرية	١٣٦	٩,٣٩	١٢٠	١٥,٣٦
معوقات صحية	٧٩	٥,٤٥	٧٩	١٠,١١
معوقات تتعلق بعدم توافر الوقت للسفر	٣٨٨	٢٦,٨	٢٣١	٢٩,٧٥
معوقات شخصية كعدم الرغبة في السفر	٧٤	٥,١١	٤٠	٥,١٢
معوقات تتعلق بالعادات والتقاليد	١٥٨	١٠,٩١	٥٢	٦,٦٥
جميع ما سبق ذكره	١١٤	٧,٨٧	١٨	٢,٣
المجموع	١٤٤٧	١٠٠	٧٨١	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول رقم (١٥) أن أكثر من ثلث أفراد عينة الذكور وأقل من ثلث أفراد عينة الإناث يعدون المعوقات المالية هي أبرز المعوقات التي تحول بينهم وبين القيام برحلات سياحية، ويأتي في المرتبة الثانية المعوق الذي يتعلق بعدم توافر الفراغ لدى أفراد العينة، حيث جاءت نسبة الذين يرون أن المعوقات المالية هي التي تحول دون السفر بالنسبة للذكور (٣٤,٤٪) والإناث (٣٠,٨٥٪)، أما الذين يرون أن المعوقات المرتبطة بعدم توافر وقت الفراغ هي السبب فقد جاءت نسبة الذكور (٢٦,٨٪)، أما الإناث فقد كانت نسبتهن (٢٩,٧٥٪).

ثالثًا: نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة باتجاهات الأسرة السعودية

اهتمت الدراسة بموضوع اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة لدى مختلف شرائح المجتمع البالغين من الجنسين. ومن المعروف أهمية الاتجاهات في حياة الأفراد من حيث تأثيرها في كثير من جوانب حياتهم؛ لأنها تحدد الموقف الذي يتخذه الفرد حيال قضايا الحياة اليومية المعاصرة، والجدول الآتي يوضح هذه الاتجاهات.

جدول رقم (١٦)

مقياس الوصف لاتجاهات أفراد عينة البحث من الذكور والإناث نحو السياحة

النوع / العبارات	ذكور		إناث		كا٢
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	
١ - أجد في السياحة متعة نفسية.	٤,٥	٠,٦	٤,٦	٠,٦١	٤,٦
٢ - السياحة تجدد النشاطين العقلي والجسمي.	٤,٣	٠,٧	٤,٥	٠,٦	١٧,٤(*)
٣ - مجرد السفر إلى مكان مختلف يزيل الملل عن الفرد.	٤,٤	٠,٧	٤,٥	٠,٧	٢٩,٩(*)
٤ - أشعر بنشاط واضح بعد العودة من رحلة سياحية.	٤,٣	٠,٨	٤,٥	٠,٧	٣٢,٨(*)
٥ - من حق أسرتي الاستمتاع بالسفر السياحي كغيرها من الأسر.	٤,٤	٠,٧	٤,٥	٠,٦	١٧,٧(*)

تابع: جدول رقم (١٦)

النوع / العبارات	ذكور		إناث		كا^{2}
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	
٦ - السعادة التي تتحقق من السياحة تبرر ما يصرف عليها.	٤,٠	٠,٩	٤,١	١,٠	١٨,٥(*)
٧ - السياحة أصبحت ضرورية لإشباع حاجات أفراد المجتمع.	٤,١	٠,٩	٤,٢	٠,٩	١٤,٤(*)
٨ - أشعر أن السياحة تزيد من تماسك الأسرة.	٤,١	٠,٨	٤,١	٠,٩	١٠,٦(*)
٩ - لا أشعر بالراحة النفسية إلا بقضاء الإجازة في داخل المملكة.	٣,٤	١,٢	٣,٩	١,١	٨٤,٧(*)
١٠ - أتصرف بكل حرية حينما أكون في رحلة سياحية داخل المملكة.	٣,٦	١,٢	٣,٩	١,٠	٢٧,٩(*)
١١ - أفضل السياحة خارج المملكة.	٣,٠	١,٣	٢,٥	١,٢	٥٩,٩(*)
١٢ - تشعر أسرتي بالراحة النفسية عند قضاء الإجازة في أماكن السياحة الداخلية.	٣,٩	٠,٩	٤,٢	٠,٧	٥٠,٦(*)
١٣ - المعرفة التي يحصل عليها الفرد من خلال السفر لا مثيل لها.	٣,٩	٠,٩	٤,١	٠,٨	١٥,٠(*)
١٤ - السياحة تعمق معرفتي بالآخرين.	٤,٢	٠,٨	٤,٢	٠,٨	٣,٩
١٥ - السياحة تعني التعرف على عادات الشعوب الأخرى وتقاليدها.	٤,٣	٠,٨	٤,٤	٠,٧	٧,١
١٦ - الاستثمار في السياحة ليس له أي مبرر.	٢,٠	١,٠	٢,١	٠,٩	١٠,٥(*)
١٧ - السياحة فكرة غربية تهدف إلى تعويد المسلم على إضاعة الوقت.	٢,٠	١,١	١,٩	١,٠١	١٦,٦(*)
١٨ - ما عدا مكة المكرمة والمدينة المنورة لا أعتقد أن هناك ما يستحق السفر لأجله.	٢,٣	١,١	٢,٣	١,٢	٢٩,٨(*)
١٩ - الأمن هو السبب الوحيد الذي يجعلني أفضل السياحة في المملكة.	٣,٦	١,٣	٣,٧	١,٢	٤٠,٤(*)

تابع: جدول رقم (١٦)

النوع / العبارات	ذكور		إناث		كا^2
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	
٢٠ - يعني الترويح بالنسبة لي قضاء وقت الفراغ داخل المنزل.	٢,٤	١,١	٢,٣	١,٨	٣٩,٩(*)
٢١ - ليس لدي وقت فراغ يمكن أن أقضيه خارج المنزل.	٢,٤	١,١	٢,٢	١,١	٢٥,٤(*)

ملحوظة: المقياس مكون لكل عبارة من خمس درجات (١- لا أوفق بالمرة، ٢- لا أوافق، ٣- ليس لي رأي، ٤- أوافق، ٥- أوافق كلياً).

(*) ذات دلالة إحصائية عند المستوى المعنوي (٠,٠٥).

يوضح الجدول رقم (١٦) أن هناك تفوقًا في المتوسطات الحسابية للإناث في مقابل الذكور في بعض الاتجاهات نحو السياحة الداخلية، وهذا يتضح في العبارات الآتية: وجود متعة نفسية في السياحة عند الإناث بمتوسط ٤,٦، بينما عند الذكور بمتوسط ٤,٥. وأن السياحة تجدد النشاطين العقلي والجسدي عند الإناث بمتوسط ٤,٥، بينما عند الذكور ٤,٣. والسياحة تزيل الملل عند الإناث بمتوسط ٤,٥، بينما عند الذكور ٤,٤. والشعور بنشاط واضح بعد العودة من رحلة سياحية بمتوسط ٤,٥ عند الإناث، بينما عند الذكور بمتوسط ٤,٣. وأن حق الأسرة بالاستمتاع بحق السفر السياحي كغيرها من الأسر عند الإناث بمتوسط ٤,٥، بينما عند الذكور ٤,٤. وأن السعادة التي تتحقق من السياحة تبرر ما يصرف عليها عند الإناث بمتوسط ٤,١، بينما عند الذكور كان المتوسط ٤,٠. وأن السياحة أصبحت ضرورة لإشباع احتياجات أفراد المجتمع بمتوسط عند الإناث ٤,٢، بينما عند الذكور بمتوسط ٤,١. وأن الشعور

بالراحة النفسية لا يكون إلا بقضاء الإجازة في داخل المملكة بمتوسط حسابي عند الإناث ٣,٩، وعند الذكور ٣,٤. وأن السياحة داخل المملكة تزيد من حرية المواطن بمتوسط حسابي للإناث ٣,٩، وعند الذكور ٣,٦. وأن شعور الأسرة بالراحة النفسية عند قضاء الإجازة في أماكن السياحة الداخلية بمتوسط حسابي عند الإناث ٤,٢، بينما عند الذكور ٣,٩. وأن المعرفة المكتسبة من خلال السياحة لا مثيل لها بمتوسط حسابي ٤,١ عند الإناث، بينما عند الذكور ٣,٩. وأن السياحة تعني التعرف على عادات الشعوب وتقاليدها بمتوسط حسابي عند الإناث ٤,٤، وعند الذكور ٤,٣. وأن الاستثمار في السياحة ليس له مبرر عند الإناث ٢,١، وعند الذكور ٢,٠. وأن الأمن هو السبب الوحيد الذي يجعلني أفضل السياحة داخل المملكة بمتوسط حسابي عند الإناث ٣,٧، وعند الذكور ٣,٦.

وكما أن هناك تفوقًا للإناث في بعض المتوسطات عن الذكور، هناك أيضاً تفوق للذكور عن الإناث في بعض الاتجاهات نحو السياحة الداخلية، وهذا يتضح من العبارات الآتية: أفضل السياحة خارج المملكة بمتوسط حسابي عند الذكور ٣,٠، بينما عند الإناث ٢,٥. وأن السياحة فكرة غربية تهدف إلى إضاعة وقت الفراغ بمتوسط حسابي عند الذكور ٢,٠، بينما عند الإناث ١,٩. وأن الترويح بالنسبة لي قضاء وقت الفراغ داخل المنزل بمتوسط حسابي عند الذكور ٢,٤، بينما عند الإناث ٢,٣. وأنه ليس لدى وقت فراغ يمكن قضاؤه خارج المنزل بمتوسط ٢,٤ عند الذكور، بينما عند الإناث ٢,٢. وكما أن هناك تفوقًا نسبيًا للذكور عن الإناث في بعض المتوسطات، وللإناث على الذكور، فهناك تساوٍ بين الذكور والإناث في بعض المتوسطات الحسابية لبعض الاتجاهاتً نحو السياحة الداخلية، وهذا يتضح من خلال العبارات الآتية: السياحة تزيد من تماسك الأسرة بمتوسط ٤,١ عند الذكور والإناث، وأن السياحة تعمق معرفتي بالآخرين

بمتوسط ٤,٢ عندهما، وأن ما عدا مكة المكرمة والمدينة المنورة لا أعتقد أن هناك ما يستحق السفر لأجله بمتوسط ٢,٣ عندهما.

والجدول يعكس تفوق الإناث بوجه عام في المتوسط لمعظم الاتجاهات نحو السياحة الداخلية، وقد يرجع ذلك لوجود المرأة في المنزل وقتًا أطول داخله لرعاية الأسرة، وخاصة وأن نسبة كبيرة من الإناث لا يعملن؛ مما يزيد من حاجاتهن للسياحة والترويح عن النفس، وهذا واضح في معظم الاتجاهات نحو السياحة كما يوضحه الجدول.

تكشف بيانات الجدول رقم (١٦) عن وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث من حيث اتجاهاتهم نحو بعض عناصر السياحة، فيبرز هذا الجدول أن الغالبية العظمى من العبارات ذات دلالة إحصائياً فيما عدا ثلاث عبارات فقط، وهي: أجد في السياحة متعة نفسية، السياحة تعمق معرفتي بالآخرين، والسياحة تعني التعرف على عادات وتقاليد الشعوب.

وتدعم بيانات الجدول رقم (١٦) النتائج الموضحة في الجدول السابق الذي يؤكد أن الإناث لديهن اتجاهات أكثر إيجابية من الذكور، مما يؤكد حاجة الأسرة للترويح الأمر الذي ينعكس إيجابيا على أفراد الأسرة، وهذا يعني بوضوح أن الإناث أكثر اتجاها نحو السياحة بوجه عام والسياحة الداخلية بوجه خاص من الذكور.

رابعاً: جداول علاقية ارتباطية بين اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية وخصائص المبحوثين

تم تجميع جميع العبارات الخاصة باتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية إلى أربعة عوامل رئيسة، وهي: الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة، الوجهات السياحية المفضلة، الاتجاهات السلبية نحو السياحة، الترويح المنزلي.

حيث تتمثل الاتجاهات الإيجابية في العبارات رقم: ١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨، ١٣، ١٤، ١٥.

والوجهات السياحية المفضلة تتمثل في العبارات رقم: ٩، ١٠، ١١، ١٢، ١٩.

والاتجاهات السلبية نحو السياحة تتمثل في العبارات رقم: ١٦، ١٧، ١٨.

والترويح المنزلي تمثل في العبارات: ٢٠، ٢١.

جدول رقم (١٧)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب فئات الأعمار لعينة الذكور

نوع العوامل	فئات الأعمار			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	أقل من ٢٦ سنة	٢٦–٤٥	أكبر من ٤٥ سنة		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٤,٥	٣٤,٦	٣٤,٢	١,٠٦	٠,٥
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,٠	١٣,٩	١٤,٢	١,٢٦	٠,٢٨
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٢	٩,٩	١٠,٣	١,٥٧	٠,٢١
الترويح المنزلي	٥,٠	٤,٨	٤,٩	٠,٦٨	٠,٥٠

يوضح الجدول رقم (١٧) التباين بين عوامل اتجاهات السياحة وفئات الأعمار لعينة الذكور ومنه يتضح التقارب في الاتجاهات الإيجابية والوجهات السياحية والاتجاهات السلبية والترويح المنزلي، وهذا ما تعكسه قيمة (ف) والدرجة المعنوية، وهذا يعني أن المرحلة العمرية تأثيرها محدود نسبيا في الاتجاهات نحو السياحة بالنسبة للذكور؛ وذلك لأنه لا يوجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين فئات العمر والاتجاهات نحو السياحة والوجهات السياحية والاتجاهات السلبية والترويح المنزلي، وهذا ما تبرزه قيمة (ف) ودرجات المعنوية الموضحة في الجدول السابق.

جدول رقم (١٨)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب فئات الأعمار لعينة الإناث

نوع العوامل	فئات الأعمار			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	أقل من ٢٦ سنة	٢٦-٤٥	أكبر من ٤٥ سنة		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٥,٨	٣٥,٥	٣٤,٦	٢,٣١	٠,١
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,٧	١٤,٥	١٤,٧	٠,٢٠	٠,٨
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٣	١٠,٠ (*)	١٠,٨	٣,١٧	٠,٠٤
الترويح المنزلي	٤,٢	٤,٥	٤,٨	١,٧٦	٠,١٧

(*) متوسط فئة الأعمار (٢٦ - ٤٥) يختلف إحصائياً عن متوسط فئة الأعمار (أكبر من ٤٥).

(*) مستوى المعنوية الذي اختيرت عليه نتائج الدراسة = ٠,٠٥

يوضح الجدول رقم (١٨) الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة أنها تقل كلما ارتفع العمر، ولكن ليس لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥؛ لأن قيمة (ف) بلغت ٢,٣١ بمستوى معنوية ٠,١، وهذا قد يرجع إلى أن فئة العمر التي تعدت عمر الخامسة والأربعين تميل إلى السكون والراحة داخل المنزل. كما يوضح أيضاً نتائج هذا الجدول أن هناك تقاربًا واضحًا بين الوجهات السياحية المفضلة والفئات العمرية. أما بالنسبة للاتجاهات السلبية نحو السياحة فهي تزيد لدى الفئة العمرية التي تعدت ٤٥ سنة، ولهذه الاختلافات حسب الفئات العمرية دلالة عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، وأخيراً نجد أنه بالنسبة للاتجاهات نحو الترويح المنزلي يزداد كلما زادت الفئة العمرية، ولكن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، حيث بلغت قيمة (ف) ١,٧٦ عند مستوى دلالة ٠,١٧. وهذا يعني أن متغير السن مؤثر خاصة لدى الإناث،

حيث تقل الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة مع تقدم عمر السيدات، وتزيد الاتجاهات السلبية، ويزداد تفضيل الترويح المنزلي لدى الإناث من كبار السن.

جدول رقم (١٩)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب مستويات التعليم لعينة الذكور

نوع العوامل	مستوى التعليم			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	أقل من الثانوية	ثانوية أو ما يعادلها	جامعي فما فوق		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٣,٩(*)	٣٤,٧	٣٤,٧	٣,٩٤	٠,٠
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,٠	١٣,٨	١٤,١	١,٣٢	٠,٢٦
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٦(*)	٩,٩	٩,٨	٦,١٢	٠,٠٠
الترويح المنزلي	٥,١(*)	٤,٦	٤,٩	٤,٥٣	٠,٠١

(*) متوسط من مستواهم التعليمي "الأقل من الثانوي" يختلف إحصائياً عن متوسطي المستويين الآخرين من التعليم.

يوضح الجدول رقم (١٩) وجود فروق ذات دلالة معنوية سواء في الاتجاهات الإيجابية أو السلبية نحو السياحة أو في الاتجاه نحو الترويح المنزلي، حيث إن قيمة ف دالة إحصائياً عند مستوى٠,٠١، وكان هناك تباين غير دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٢٦ في الوجهات السياحية المفضلة؛ مما يعكس أن مستويات التعليم كان تأثيرها قويًا في عينة الذكور.

جدول رقم (٢٠)

يوضح نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب مستويات التعليم لعينة الإناث

نوع العوامل	متوسطات مستويات التعليم			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	أقل من الثانوية	ثانوية أو ما يعادلها	جامعي فما فوق		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٥,٠	٣٥,٦	٣٥,٨	٢,٢١	٠,١
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,٧	١٤,٦	١٤,٤	٠,٧٧	٠,٤٦
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٣	١٠,٣	١٠,٢	٠,٠٧	٠,٩
الترويح المنزلي	٤,٨	٤,٠(*)	٤,٥	٧,٨	٠,٠٠

(*) متوسط من مستواهم التعليمي "الثانوي" يختلف إحصائياً عن متوسطي المستويين الآخرين من التعليم.

يوضح الجدول رقم (٢٠) أنه كلما ارتفع مستوى التعليم لدى الإناث ارتفعت الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة، وأن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تقل في التعليم الجامعي فأعلى، كما أن الوجهات السياحية المفضلة يقل متوسطها مع ارتفاع مستوى التعليم، الترويح المنزلي يزداد عند مستويات التعليم أقل من الثانوية، ولهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠١؛ لأن قيمة (ف) بلغت ٧,٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٠؛ وهذا يعكس وجود تأثير نسبي محدود للتعليم لدى عينة الإناث بصورة أكبر من عينة الرجال، ومما سبق نفسره بأهمية الترويح والسياحة لدى الإناث؛ نظرا لبقائهن في المنزل وقتًا أطول من الرجال.

جدول رقم (٢١)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب مستويات الدخل لعينة الذكور

نوع العوامل	مستويات الدخل			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	أقل من ٦٠٠٠ ريال	٦٠٠٠- ٨٩٩٩ ريالاً	٩٠٠٠ ريال فأكثر		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٤,١(*)	٣٤,٦	٣٤,٨	٣,٧٢	٠,٠
الوجهات السياحية المفضلة	١٣,٩	١٤,٠	١٤,٠	٠,١٢	٠,٨٨
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٥(**)	٩,٩	٩,٦	٨,٣٦	٠,٠٠
الترويح المنزلي	٥,٠	٤,٨	٤,٨	١,٦٦	٠,١٩

(*) متوسط فئة الدخل "الأقل من ٦٠٠٠" يختلف إحصائيا عن متوسط فئة الدخل "٩٠٠٠ فأكثر".

(**) متوسط فئة الدخل "الأقل من ٦٠٠٠" يختلف إحصائيا عن متوسطي الفئتين الأخريين.

تشير نتائج الجدول رقم (٢١) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تزداد مع زيادة الدخل الشهري، وهذه نتيجة طبيعية؛ لأن السياحة تحتاج إلى توافر مال للإنفاق، وأن الوجهات السياحية تختلف نسبيا بفروق ضئيلة أقل لدى الفئات التي يقل دخلها عن ٦٠٠٠ ريال. كما توضح نتائج الجدول السابق أن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تقل مع زيادة مستويات الدخل، وأن الترويح المنزلي يقل لدى مستويات الدخل التي تزيد عن ٦٠٠٠ ريال.

وبصفة عامه تعكس نتائج الجدول وجود فوارق ذات دلالة معنوية بين مستويات الدخل لعينة الذكور والاتجاهات السلبية والإيجابية نحو السياحة، حيث إن قيمة (ف) لها دلالة إحصائية عند (٠,٠١) ولا توجد فوارق دالة إحصائيا بين الوجهات السياحية المفضلة

والترويح المنزلي ومستويات الدخل لعينة الذكور، حيث إن قيمة (ف) غير دالة إحصائيا.

وهذه النتائج بصفة عامة تؤكد أن الدخل عامل مؤثر في الاتجاهات الإيجابية والسلبية للسياحة، وهذه نتيجة طبيعية؛ لأن السياحة تتطلب توافر مال للإنفاق والترويح.

جدول رقم (٢٢)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب مستويات الدخل لعينة الإناث

نوع العوامل	مستويات الدخل			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	أقل من ٦٠٠٠ ريال	٦٠٠٠ - ٨٩٩٩ ريالاً	٩٠٠٠ ريال فأكثر		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٥,٣	٣٥,٣	٣٥,٦	٠,٢١	٠,٨١
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,٨	١٤,٦	١٤,٣	١,٨٠	٠,١٦
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٢	١٠,٤	١٠,١	٠,٧٢	٠,٤٨
الترويح المنزلي	٤,٥	٤,٧	٤,٢	٢,٤٤	٠,٠٨

يوضح الجدول رقم (٢٢) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تزداد لدى مستويات الدخل التي تزيد عن ٩٠٠٠ ريال، ولكن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، حيث بلغت قيمة (ف) ٠,٢١، وعند مستوى دلالة ٠,٨١، كما أوضحت نتائج الجدول أن الوجهات السياحية المفضلة تقل مع ارتفاع مستويات الدخل، وأيضاً ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، وأن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تختلف باختلاف مستويات الدخل، وليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، وأن الترويح المنزلي يختلف باختلاف الدخل، وليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية

الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تزداد لدى مستويات الدخل

عند مستوى المعنوية ٠,٠٥؛ لأن قيمة (ف) بلغت ٢,٤٤ بمستوى دلالة ٠,٠٨، وهذا يعني أن الدخل كان له تأثير في الاتجاهات الإيجابية والسلبية للسياحة بالنسبة لعينة للذكور. أما عينة الإناث فلم يكن هناك أي تأثير للدخل سواء في الاتجاهات السياحية الإيجابية أو السلبية أو الوجهات السياحية المفضلة أو الترويح المنزلي.

جدول رقم (٢٣)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب حجم الأسرة لعينة الذكور

نوع العوامل	فئات حجم الأسرة			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	أقل من ٦ أشخاص	٦ - ١٠	أكثر من ١٠ أشخاص		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٤,٩(*)	٣٤,٣	٣٤,٤	٢,٨٣	٠,٠٥
الوجهات السياحية المفضلة	١٣,٩	١٤,٠	١٣,٩	٠,٢٠	٠,٨١
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	-١٠,٠	١٠,١	١٠,٣	٠,١٢	٠,٨٨
الترويح المنزلي	٤,٨	٤,٩	٤,٩	٠,٢٨	٠,٧٥

(*) متوسط فئة حجم الأسرة "الأقل من ٦" يختلف إحصائيا عن متوسط فئة حجم الأسرة "٦-١٠".

يشير الجدول رقم (٢٣) إلى أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تقل مع زيادة حجم الأسرة، وتجدر الإشارة إلى أن لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥؛ لأن قيمة (ف) بلغت ٢,٨٣ بمستوى دلالة ٠,٠٥، كما تشير أيضاً نتائج هذا الجدول إلى أن الوجهات السياحية المفضلة تختلف باختلاف حجم الأسرة، ولكن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، وأن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تزداد مع زيادة حجم الأسرة، ولكن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية

٠,٠٥، وأن الترويح المنزلي يزداد مع زيادة حجم الأسرة من ستة أشخاص فأكثر، ولكن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥؛ لأن قيمة (ف) بلغت ٠,٢٨ بمستوى معنوية ٠,٧٥. ونتائج الجدول تشير إلى أنه كلما قل حجم الأسرة تزداد الاتجاهات الإيجابية نحو السياحية بوجه عام؛ وذلك لأن نتائج الجداول تشير إلى وجود فروق ذات دلالة معنوية في الاتجاهات الإيجابيه للسياحة حسب حجم الأسرة في عينة الذكور، وهذا يعد أمرا طبيعياً؛ لأن الأسرة الصغيرة الحجم يمكنها التنقل بسهولة ويسر أثناء السياحة.

جدول رقم (٢٤)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب حجم الأسرة لعينة الإناث

نوع العوامل	فئات حجم الأسرة			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	أقل من ٦ أشخاص	٦ - ١٠	أكثر من ١٠ أشخاص		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٥,٧	٣٥,٢	٣٥,٠	٠,٩٩	٠,٣٧
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,٦	١٤,٦	١٤,٤	٠,٢٧	٠,٧٥
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,١	١٠,١	١١,٤(*)	٥,٦٣	٠,٠٠
الترويح المنزلي	٤,٥	٤,٥	٥,٠	٢,٢٠	٠,١١

(*) متوسط فئة حجم الأسرة "الأكثر من ١٠" يختلف إحصائيا عن متوسطي الفئتين الأخيرتين حجمًا.

تبين نتائج الجدول رقم (٢٤) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تقل مع زيادة حجم الأسرة ولكن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥؛ لأن قيمة (ف) بلغت ٠,٩٩ عند مستوى دلالة ٠,٣٧، كما تبين أيضاً نتائج الجدول أن الوجهات السياحية المفضلة تقل لدى الأسر التي تتكون من عشرة أشخاص فأكثر، وتجدر الإشارة إلى أن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى

المعنوية ٠,٠٠ حيث بلغت قيمة (ف) ٠,٢٧ بمستوى دلالة ٠,٧٥، وأن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تزيد لدى الأسرة الكبيرة ذات عشرة أشخاص فأكثر وأن هناك فروقًا ذات دلاله معنوية بين الاتجاهات السلبية للسياحة وحجم الأسرة، حيث بلغت قيمة (ف) ٥,٦٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٠، وتبرز أيضاً نتائج الجدول أن الترويح المنزلي يقل مع زيادة حجم الأسرة، ولكن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥ حيث بلغت قيمة (ف) ٢,٢٠ بمستوى دلالة ٠,١١.

والجدول بوجه عام يؤكد أنه كلما ارتفع حجم الأسرة زادت الاتجاهات السلبية نحو السياحة بوجه عام؛ وذلك لأن هناك فروقًا ذات دلالة إحصائيه بين حجم الأسرة والاتجاهات السلبية للإناث نحو السياحة، وهذه نتيجة طبيعية لأن كبر حجم الأسرة يتطلب زيادة الإنفاق الضروري؛ مما ينعكس سلباً على الأموال المتاحة للترويح والسياحة، وكذلك كبر حجم الأسرة أيضاً يشكل معوقاً أمام الإقبال الأسري على السياحة.

جدول رقم (٢٥)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب نوعية السكن لعينة الذكور

نوع العوامل	أنواع السكن			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	شقة	فيلا	شعبي		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٤,٦(*)	٣٥,٠(*)	٣٣,٢(*)	١١,٢	٠,٠٠
الوجهات السياحية المفضلة	١٣,٨	١٤,٠	١٤,١	١,٤٥	٠,٢٣
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٢	١٠,٠	١٠,٠	٠,٤٢	٠,٦٥
الترويح المنزلي	٤,٨	٤,٩	٤,٩	٠,١٠	٠,٩٠

(*) متوسطات أنواع المساكن تختلف بعضها عن بعضها الآخر.

تعكس نتائج الجدول رقم (٢٥) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تزيد لدى سكان الفلل، ويلي ذلك سكان الشقق، وأخيرًا سكان السكن الشعبي، ويلحظ أن لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٠١، وبلغت قيمة (ف) ١١,٢؛ كما تعكس نتائج هذا الجدول أن الوجهات السياحية المفضلة تختلف نسبيا باختلاف نوع السكن، ولكن ليس لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، وأن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تختلف باختلاف المسكن نسبيا، ولكن ليس لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، وأن الترويح المنزلي يختلف نسبيا باختلاف المسكن، وأيضا ليس لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥؛ لأن قيمة (ف) بلغت ٠,١٠ عند مستوى معنوية ٠,٩٠. وهذا يعكس أن اختلاف نوع المسكن يؤثر في الاتجاهات السلبية للسياحة فقط، فساكنو الفلل أكثر من غيرهم من ساكني المنازل الشعبية والشقق في الاتجاهات الإيجابية.

جدول رقم (٢٦)

يوضح نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب نوعية السكن لعينة الإناث

نوع العوامل	أنواع السكن			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	شقة	فيلا	شعبي		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٥,١	٣٥,٧	٣٥,٢	١,٢٧	٠,٢٨
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,٧	١٤,٥	١٤,٦	٠,٢٩	٠,٧٥
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٣	١٠,٠	١٠,٦	١,٥٦	٠,٢١
الترويح المنزلي	٤,٤	٤,٦	٤,٦	٠,٧٠	٠,٤٩

يبين الجدول رقم (٢٦) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تختلف باختلاف نوع السكن، وتبلغ أقصى متوسط في سكن الفيلات، ولكن ليس لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية

مجلة فصلية محكمة تصدر عن دارة الملك عبدالعزيز
العدد الأول المحرم ١٤٢٨هـ، السنة الثالثة والثلاثون
الدارة

٠,٠٥، حيث بلغت قيمة (ف) ١,٢٧ عند مستوى المعنوية ٠,٢٨، كما توضح أيضاً نتائج الجدول السابق أن الوجهات السياحية المفضلة تختلف نسبيا باختلاف المسكن، ولكن ليس لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، وأن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تختلف باختلاف المسكن، وتبلغ أقصى انخفاض لها لدى سكان الفلل، ولكن ليس لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥ حيث إن قيمة (ف) ١,٥٦ عند مستوى المعنوية ٠,٢١، كما تشير نتائج هذا الجدول أن الترويح المنزلي يزداد لدى سكان الفيلا والمسكن الشعبي، ولكن ليس لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، وأخيراً يعكس الجدول عدم وجود أي تأثير ذي دلالة معنوية للمسكن على الاتجاهات نحو السياحة في عينة الإناث.

جدول رقم (٢٧)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب نوعية السكن لعينة الذكور

نوع العوامل	نوع المهنة			قيمة ف	الدرجة المعنوية
	موظف	أعمال حرة	أخرى (متقاعد، طالب)		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٤,٧(*)	٣٤,٤	٣٣,٧	٣,٢٣	٠,٠٤
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,٠	١٤,٠	١٤,٠		
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٠	١٠,١	١٠,٥	١,٧٧	٠,١٧
الترويح المنزلي	٤,٩	٤,٧	٥,٠	١,٢٦	٠,٢٦

(*) متوسط مهنة "موظف" تختلف إحصائياً عن متوسط مهن "أخرى".

تبين نتائج الجدول رقم (٢٧) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تقل نسبيا لدى العاملين في أعمال حرة مقارنة بالموظفين والمتقاعدين والطلاب، ويلحظ أن لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥؛ فضلاً عن ذلك يتضح من نتائج الجدول السابق أنه لم

يكن هناك أية اختلافات بين الفئات المهنية حسب الواجهات السياحية المفضلة، وأن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تختلف باختلاف المهن، وتبلغ أدنى درجاتها لدى الموظفين، ولكن ليس لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥؛ لأن قيمة (ف) بلغت ١,٧٧ عند مستوى المعنوية ٠,١٧، وأن الترويح المنزلي يختلف تبعا لاختلاف نوع المهن، ويبلغ أقصى درجاته لدى المتقاعدين والطلاب، ولكن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥.

وقد يرجع هذا لأن هذه الفئة تضم نسبة من كبار السن الذين يفضلون الترويح داخل المنزل. والجدول بوجه عام يعكس أن الموظفين أكثر استعدادا للسياحة، وقد يرجع ذلك لاستقراره اقتصاديا؛ مما يشجع السياحة بانتظام.

جدول رقم (٢٨)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب نوعية مهن عينة الإناث

نوع العوامل	نوع المهنة		قيمة ف	الدرجة المعنوية
	موظفة	ربة منزل أو طالبة		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٥,٥	٣٥,٣	٠,٣١	٠,٧٥
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,٤	١٤,٧	١,٣٠	٠,١٩
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	٩,٩	١٠,٤	١,٥٥	٠,١٢
الترويح المنزلي	٤,٥	٤,٥	--	--

تشير نتائج الجدول رقم (٢٨) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تزداد نسبيا لدى الموظفين، ولكن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥؛ لأن قيمة (ف) بلغت ٠,٣١ عند مستوى المعنوية ٠,٧٥، وقد يرجع هذا لزيادة الدخل

الخاص بالمرأة، كما أن الوجهات السياحية المفضلة تختلف باختلاف نوع المهنة، ولكن ليست لهذه الاختلافات أيضاً دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، وتشير نتائج الجدول السابق أن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تزداد لدى ربة المنزل أو الطالبة، ولكن ليست لهذه الاختلافات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠٥، وأخيراً نجد أن الترويح المنزلي لا يختلف في المتوسطات العامة.

جدول رقم (٢٩)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب مكان الميلاد لعينات الذكور

نوع العوامل	المنطقة الجغرافية					قيمة ف	الدرجة المعنوية
	الوسطى	الشرقية	الغربية	الشمالية	الجنوبية		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٥,٣	٣٣,١(*)	٣٥,٤	٣٥,٨(**)	٣٣,٣	١٨,٣٥	٠,٠٠
الوجهات السياحية المفضلة	١٣,٩	١٤,٠	١٤,٦(**)	١٢,٦	١٤,٠	١١,٨	٠,٠٠
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٥	١٠,٠	١٠,٢	٩,٩	٩,٨	١,٧٠	٠,١٤
الترويح المنزلي	٤,٩	٥,٢	٤,٣	٤,٩	٥,٠(***)	٣,٤٣	٠,٠٠

(*) متوسط المنطقة الشرقية يختلف إحصائيا عن بقية المناطق عدا الجنوبية، والغربية عن الجنوبية.

(**) متوسط المنطقة الشمالية يختلف إحصائيا عن بقية المناطق، وكذلك المنطقة الغربية تختلف عن بقية المناطق.

(***) متوسط المنطقة الغربية يختلف إحصائيا عن بقية المناطق الشمالية.

تشير نتائج الجدول رقم (٢٩) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تختلف من منطقة لأخرى، وبلغت أقصى درجاتها في المنطقة الشرقية، ويلحظ أن لهذه الاختلافات دلالة إحصائية؛ حيث إن قيمة (ف) بلغت ١٨,٣٥ وعند مستوى المعنوية ٠,٠٠٠، كما توضح أيضاً نتائج الجدول أن الوجهات السياحية المفضلة تختلف من منطقة لأخرى، وبلغت أقصى درجاتها

في المنطقة الغربية، وأدنى درجة في المنطقة الشمالية حيث بلغت قيمة (ف) ١١,٨ عند مستوى المعنوية ٠,٠٠، وأيضاً نجد أن الاتجاهات السلبية نحو السياحة لا تختلف من منطقة لأخرى؛ وذلك لكون قيمة (ف) غير داله إحصائيا عند مستوى المعنوية ٠,٠٥ فما دون، حيث بلغت قيمة (ف) ١,٧ عند مستوى المعنوية ٠,١٤، وأن الترويح المنزلي يختلف من منطقة لأخرى، ويبلغ أقصى درجاته في المنطقة الشرقية وأدنى درجاته في المنطقة الغربية، حيث بلغت قيمة (ف) ٣,٤٣ عند مستوى المعنوية٠,٠٠.

جدول رقم (٣٠)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب مكان الميلاد لعينة الإناث

نوع العوامل	المنطقة الجغرافية					قيمة ف	الدرجة المعنوية
	الوسطى	الشرقية	الغربية	الشمالية	الجنوبية		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٥,٤	٣٥,٤	٣٥,٦	٣٧,٦(*)	٣٤,٧	٣,٩٩	٠,٠٠
الوجهات السياحية المفضلة	١٥,٠(**)	١٣,٧	١٤,٧	١٤,٥	١٤,٣	٣,٤٥	٠,٠٠
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	٩,٥(***)	٩,٨(***)	١١,١	١١,٣	١٠,٥	٦,٧٧	٠,٠٠
الترويح المنزلي	٤,٧	٤,٣	٥,١	٣,٩	٤,٤	٣,٣٢	٠,٠١

(*) متوسط المنطقة الشمالية يختلف إحصائيا عن بقية المناطق.

(**) متوسط المنطقة الوسطى يختلف إحصائيا عن الشرقية والجنوبية، كما تختلف الشرقية عن الغربية.

(***) متوسطا المنطقتين الشرقية والوسطى يختلفان إحصائيا عن متوسطات المناطق الأخرى.

تشير نتائج الجدول رقم (٣٠) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تختلف من منطقة إلى أخرى، وتبلغ أقصى درجاتها في المنطقة الشمالية، وأدنى درجاتها للمنطقة الجنوبية حيث بلغت قيمة (ف) ٣,٩٩ عند مستوى المعنوية ٠,٠٠، وأن الوجهات السياحية المفضلة تختلف من

منطقة لأخرى، وتبلغ أقصى درجاتها في المنطقة الوسطى، وأدنى درجاتها في المنطقة الشرقية، حيث بلغت قيمة (ف) ٣,٤٥ عند مستوى المعنوية ٠,٠٠، وأن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تختلف من منطقة لأخرى، وتبلغ أدنى درجاتها في المنطقة الوسطى وأعلى درجاتها في المنطقة الشمالية، حيث بلغت قيمة (ف) ٦,٧٧ عند مستوى المعنوية ٠,٠٠، وأن الترويح المنزلي يختلف من منطقة لأخرى، وبلغ أقصى درجاته في المنطقة الغربية، وأدنى الدرجات في المنطقة الشمالية، حيث بلغت قيمة (ف) ٣,٣٢ عند مستوى المعنوية ٠,٠١، وأخيراً نجد أن مكان الميلاد كان له تأثير على الاتجاهات نحو السياحة؛ حيث إنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين هذه المتغيرات كما هو موضح في الجدول السابق.

جدول رقم (٣١)

نتائج تحليل التباين لعوامل اتجاهات السياحة حسب المدن والقرى ووفقاً لدرجة التحضير ومدى الجاذبية السياحية لعينة الذكور

نوع العوامل	المكان				قيمة ف	الدرجة المعنوية
	مدن لها جذب سياحي	مدن ليس لها جذب سياحي	قرى لها جذب سياحي	قرى ليس لها جذب سياحي		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٤,٣	٣٤,٧	٣٣,٨	٣٤,٩	١,٩٧	٠,١١
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,١	١٣,٦(*)	١٤,١	١٣,٥(*)	٦,٢٠	٠,٠٠
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٢(**)	١٠,٨(**)	٨,٥	٨,٩	٢١,٦١	٠,٠٠
الترويح المنزلي	٤,٩(**)	٥,٢(**)	٤,٢	٤,١	١٣,١٠	٠,٠٠

(*) متوسط المدن أو القرى التي ليس لها جذب سياحي تختلف إحصائيا عن المدن والقرى التي لها جذب سياحي.

(**) متوسط المدن التي لها أو ليس لها جذب سياحي تختلف إحصائيا عن القرى التي لها أو ليس لها جذب سياحي.

توضح نتائج الجدول رقم (٣١) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة لا تختلف اختلافًا جوهريًا باختلاف الجذب السياحي؛ وذلك لكون قيمة (ف) غير دالة إحصائيًا، حيث بلغت قيمة (ف) ١,٩٧ عند مستوى المعنوية ٠,١١، فالمبحوثون لا تختلف اتجاهاتهم الإيجابية نحو السياحة باختلاف المكان اختلافا ذا دلالة معنوية؛ ولذا فإن أي فروق يجب تفسيرها بأنها حدثت مجرد الصدفة.

كما توضح نتائج الجدول أن الوجهات السياحية المفضلة تختلف أيضاً باختلاف الجذب السياحي، وتبلغ أقصى الدرجات في القرى والمدن التي لديها جذب سياحي، وتبلغ أدنى الدرجات في القرى التي ليس لديها جذب سياحي حيث تبلغ قيمة (ف) ٦,٢٠ عند مستوى المعنوية ٠,٠٠، كما تشير نتائج الجدول السابق أن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تختلف باختلاف الجذب السياحي، وتبلغ أدنى الدرجات في القرى التي لديها جذب سياحي.

وتبلغ أعلى الدرجات في المدن التي ليس لديها جذب سياحي حيث تبلغ قيمة (ف) ٢١,٦١ عند مستوى المعنوية ٠,٠٠، ونجد أيضاً أن الترويح المنزلي يختلف باختلاف الجذب السياحي، ويبلغ أعلى الدرجات في المدن التي ليس لها خبرة سياحية، وتبلغ أقل الدرجات في القرى التي ليس لها جذب سياحي، وتبلغ قيمة (ف) من ١٣,١ بمستوى المعنوية ٠,٠٠؛ وهذا يعني أن الجذب السياحي له تأثير على الاتجاهات نحو السياحة.

جدول رقم (٣٢)

التباين بين عوامل اتجاهات السياحة حسب المدن والقرى وفقاً لدرجة التحضر ومدى الجاذبية السياحية لعينة الإناث

نوع العوامل	المكان				قيمة ف	الدرجة المعنوية
	مدن لها جذب سياحي	مدن ليس لها جذب سياحي	قرى لها جذب سياحي	قرى ليس لها جذب سياحي		
الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة	٣٥,١	٣٦,٨(*)	٣٤,١	٣٣,٣	١٤,٢٢	٠,٠٠
الوجهات السياحية المفضلة	١٤,٤	١٥,٠(*)	١٤,٣	١٤,٤	٣,٠٥	٠,٠٢
الاتجاهات السلبية نحو السياحة	١٠,٥	١٠,٠	١٠,٤	٩,٩	١,٠٥	٠,٣٧
الترويح المنزلي	٤,٥	٤,٥	٤,١	٤,٩	١,٤٠	٠,٢٤

(*) متوسط المدن ليس لها جذب سياحي تختلف إحصائيا عن المدن والقرى التي لها جذب سياحي.

تبين نتائج الجدول رقم (٣٢) أن الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة تختلف باختلاف الجذب السياحي، وتبلغ أعلى الدرجات في المدن التي ليس لها جذب سياحي، وأقل الدرجات في القرى التي ليس لها جذب سياحي حيث تبلغ قيمة (ف) ١٤,٢٢ عند مستوى المعنوية ٠,٠٠، وأن الوجهات السياحية المفضلة تختلف باختلاف الجذب السياحي، وتبلغ أعلى الدرجات في المدن التي ليس لها جذب سياحي وأقل الدرجات في القرى التي لها جذب سياحي، حيث تبلغ قيمة (ف) ٣,٠٥ عند مستوى المعنوية ٠,٠٢، وتشير نتائج الجدول السابق أن الاتجاهات السلبية نحو السياحة تختلف باختلاف الجذب السياحي، وتبلغ أعلى الدرجات في المدن التي لها جذب سياحي، وأقل الدرجات في القرى التي ليس لها جذب سياحي، ولكن هذه الاختلافات قد تكون حصلت بمجرد الصدفة بدليل أن قيمة (ف)

١,٠٥ عند مستوى المعنوية ٠,٣٧؛ أي: أنها ليست دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية (٠,٠٥)، وأن الترويح المنزلي يختلف باختلاف الجذب السياحي، وتبلغ أعلى الدرجات في القرى التي ليس لها خبرة سياحية، وأقل الدرجات في القرى التي لها جذب سياحي، ولكن هذا الاختلاف اختلاف غير جوهري بدليل أن قيمة (ف) ١,٤٠ غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية ٠,٠٥ فما دون. وعموماً فإن الجدول السابق يوضح أن الجذب السياحي للمدينة له تأثير ذي معنى في الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة والوجهات السياحية المفضلة.

مناقشة النتائج:

سوف تتم مناقشة نتائج البحث من خلال ثلاثة محاور رئيسة وهي؛ أولاً: النتائج المتعلقة باتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة؛ والثاني: يتمثل في خبرات المبحوثين الخاصة بالسياحة، والأشخاص الذين يتخذون القرار لفكرة السياحة بالأسرة، ومدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات الأسرة الترويحية، والمدن التي يفضل المبحوث السفر إليها، وأخيراً المعوقات التي تعوق المبحوثين للقيام برحلات سياحية. والمحور الثالث والأخير: يهتم بالعلاقات الارتباطية بين اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية وخصائص المبحوثين، وهذه المحاور الثلاثة سوف تجيب عن تساؤلات البحث.

قبل البدء في مناقشة المحور الأول لابد من عرض خصائص أغلبية المجيبين، وهي تتمثل في: أن أغلب أعمار المبحوثين بين ٢٦ إلى أقل من ٤٥ عاماً؛ وأغلبهم يحملون الشهادة الثانوية، وأن أغلب المبحوثين من الذكور يعيشون في فيلا، و أغلب الإناث يعشن في شقة، وأن أغلب المبحوثين من الجنسين يقع دخلهم من ٣٠٠٠ ريال إلى أقل من ٩٠٠٠ ريال شهرياً، كما اتضح من نتائج البحث أن أغلب المبحوثين من الرجال يعملون في الوظائف الحكومية، وأغلب الإناث لا يعملن، واتضح أن مكان ميلاد أغلب المبحوثين المنطقة الوسطى

والمنطقة الجنوبية، وأوضحت نتائج البحث أن أغلب المبحوثين يتراوح عدد أفراد أسرهم من ٦ - ١٠ أفراد. وفيما يأتي مناقشة نتائج المحاور المذكورة سابقًا.

أولاً: النتائج المتعلقة باتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية

اتضح من نتائج البحث أن اتجاهات أغلب المجيبين من الذكور والإناث إيجابية، وبمتوسطات حسابية متقاربة تتمثل في أن السياحة تؤدي إلى متعة نفسية، ومن وجهة نظر الباحث أن هذه المتعة النفسية تأتي نتيجة البرامج الترويحية التي تتخلل الأنشطة السياحية، وأيضاً أكد المجيبون أن السياحة تزيل الملل، وأنها حق لكل أسرة؛ وهذا يدل على وعي المجيبين بأهمية السياحة؛ لتغيير النمط التقليدي في الحياة اليومية، وأيضاً أكدوا أن السياحة تبرر ما يصرف عليها، وهذا يدل على اقتناعهم بأنها ضرورة من ضرورات الحياة، كما أكدوا من الجنسين بأن السياحة تزيد من تماسك الأسرة.

يرى الباحث أن هذه الأهمية المتمثلة في أهمية السياحة لزيادة تماسك الأسرة تأتي نتيجة توزيع الأدوار بين أفراد الأسرة في مرحلة التخطيط للسياحة، فمثلاً الأب يتمثل دوره في إعداد الميزانية، ووضع البرنامج بالاشتراك مع آراء باقي أفراد الأسرة، ودور الأم يتمثل في إعداد مستلزمات الأسرة من ملابس وأطعمة بمساعدة الأبناء؛ أي: أن برنامج السياحة في النهاية يكون عبارة عن تعاون أسري؛ مما يؤدي إلى زيادة التماسك والتفاعل بين أفرادها.

وأكد أيضاً المجيبون من الجنسين أن السياحة تعمق المعرفة بالآخرين، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال رحلات العمل أو رحلات الزملاء أو مقابلة السياح بأفراد جدد في الأماكن السياحية، أو من خلال الأنشطة المختلفة يتم التعارف بالآخرين، ودعم العلاقات بينهم.

كما أكدوا أن السياحة تزيد من التعرف على عادات الشعوب الأخرى وتقاليدها. وذلك أن من أهم فوائد السياحة انتقال الثقافات والتعرف عليها، فمن خلال السياحة من بلد إلى أخرى أو من منطقة إلى أخرى يتم التعرف على طبيعة هذه المناطق، فالسياحة لمنطقة حضرية تختلف عن السياحة لمنطقة ريفية.

وكذلك أكدوا أنهم يفضلون السياحة في المملكة بسبب توافر الأمن، وهذا يؤكد الانتماء الوطني وشعورهم بالراحة والطمأنينة داخل الوطن. والسياحة الداخلية من وجهة نظر الباحث تدعم روح الانتماء والولاء للوطن.

ولكننا نجد أن هناك تفاوتًا يذكر في اتجاهات الذكور والإناث، فنجد أن الإناث كُنَّ أكثر تأييداً بأن السياحة تجدد النشاطين العقلي والجسمي؛ وهذا يدل على وعي المرأة السعودية بأهمية السياحة وفوائدها، ومن جهة أخرى وجدنا أن الإناث أكثر تأييداً للسياحة داخل المملكة وذلك يدل على أن المرأة السعودية مرتبطة ارتباطاً كبيراً بوطنها ومنزلها، وذلك بطبيعة الحال بأنها دائماً مرتبطة بالسياحة الداخلية الموجودة داخل المنطقة التي تعيش فيها أو داخل المملكة وخاصة الأماكن القريبة من منزلها.

> **يدل ذلك على أن المرأة السعودية مرتبطة ارتباطاً كبيراً بوطنها ومنزلها**

وأكدت المجيبات من الإناث بنسبة أكثر من الرجال بأن السياحة داخل المملكة تزيد من حرية المواطن، ومن وجهة نظر الباحث أن هذا يرجع إلى تمسك المرأة السعودية بالعادات والتقاليد المجتمعية، وقبولها لثقافة المجتمع التي تجعل لها الحرية في تصرفاتها طبقاً للعادات والتقاليد المجتمعية. وكانت الإناث أيضاً أكثر تأييداً من الرجال بأنه يوجد وقت فراغ للسياحة، وأن المعرفة المكتسبة من السياحة لا مثيل لها، وهذا يؤكد أن المرأة السعودية تعاني من وجود

وقت فراغ، ويؤكد اتجاهها الإيجابي لاستثمار وقت الفراغ بطريقة مفيدة ولما تقدمه السياحة من مجموعة من المعارف المكتسبة.

واتضح أيضاً من خلال نتائج البحث أن جميع الاتجاهات المتعلقة بالسياحة الداخلية تدل على فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث، وهذا يؤكد أن اتجاهات الذكور نحو السياحة تختلف عن اتجاه الإناث، واتضح أن الإناث اتجاهاتهم أكثر إيجابية للسياحة الداخلية، ومن وجهة نظر الباحث هذا يرجع إلى أن المرأة السعودية لديها وقت فراغ كبير، ولديها وعي بأهمية السياحة الداخلية.

ثانياً: النتائج المتعلقة بخبرات المبحوثين الخاصة بالسياحة، والأشخاص الذين يتخذون القرار لفكرة السياحة بالأسرة، ومدى تلبية الأماكن السياحية لاحتياجات الأسرة الترويحية، والمدن التي يفضل المبحوث السفر إليها، وأخيراً المعوقات التي تحول دون قيام المبحوثين برحلات سياحية

اتضح من نتائج البحث أن أغلب المجيبين من الجنسين ذكوراً وإناثاً قاموا بالسياحة خلال الخمس السنوات الماضية، وهذا يبرز أن السياحة أصبحت منتشرة في المجتمع السعودي، وهذا يعطي مؤشراً إلى وجود رغبة حقيقية على السياحة، ومن وجهة نظر الباحث أنه لابد من تضافر الجهود لتنميتها.

اتضح من نتائج البحث أن أغلب الذكور أجابوا بأن قرار السفر للسياحة يرجع إلى ربّ الأسرة، ولكن أغلب الإناث أشاروا إلى أن قرار السفر للسياحة هو قرار جميع أفراد الأسرة، ومن وجهة نظر الباحث أن قرار السياحة داخل الأسرة السعودية متفق مع إجابات الإناث بأنه هو قرار جميع أفراد الأسرة، ولكن تفسير اختلاف إجابات الذكور؛ لأن الرجل السعودي غالبًا يحرص على أن يوضح مسؤوليته عن جميع قرارات الأسرة.

وأوضحت نتائج البحث أن الأماكن السياحية الداخلية من وجهة نظر أغلب المجيبين من الإناث تلبي بشكل تام احتياجات الأسرة الترويحية، وذلك يدل على أن المرأة السعودية ليس لديها أية متطلبات سياحية أخرى والخدمات الموجودة بالمملكة كافية؛ ولكن الذكور تراوحت إجاباتهم بين التلبية التامة والتلبية الجزئية لاحتياجات الأسرة الترويحية، ويرى الباحث أنه من المهم التعرف على ماهية هذه الاحتياجات التي يوجد بها قصور في السياحة داخل المملكة لوضعها في الحسبان عند التخطيط لبرامج سياحية جديدة وتدعيم ما هو كائن.

اتضح من نتائج البحث أن أغلب الإجابات من الذكور بأنهم يفضلون السياحة داخل المملكة في المدن الكبرى، مثل: جدة، مكة المكرمة، الرياض، أما الإناث فيفضلن المصايف الجبلية، وتتمثل في الطائف - أبها - الباحة؛ وهذا يوضح اختلاف الاحتياجات بين الجنسين الخاصة بالسياحة.

أوضحت نتائج البحث أن المعوقات المالية والمعوقات التي تتعلق بعدم توافر الوقت اللازم للسياحة هما أكثر المعوقات التي تعوق السياحة الداخلية بالمملكة، ويعتقد الباحث أن هذا يرجع إلى عدم التنظيم سواء إن كان من الجانب المادي أم الوقتي؛ وهذا يؤكد أهمية توعية الأسرة السعودية بضرورة التنسيق بين جميع جوانب الحياة، وتصحيح المفاهيم الخاطئة لدى البعض عن السياحة بأنها مضيعة للوقت وغير مفيدة، وذلك من خلال برامج التوعية المختلفة ووسائل الإعلام التي تبرز أهمية السياحة في حياة الفرد والأسرة ودورها في تحديد نشاط الفرد وإزالة الضغوط التي تقع على عاتق الأسرة في الحياة اليومية، هذا من جانب، ومن جانب آخر يجب أن تكون تكلفة أنشطة السياحة الداخلية تتناسب مع جميع فئات المجتمع، ويمكن توجيه نظر المسؤولين عن السياحة والعاملين بها إلى التفكير في آلية تسمح لمختلف الفئات في المجتمع من مختلف المستويات المعيشية

ومختلف الدخول من القيام بأنشطة السياحة الداخلية في المملكة بحيث تستوعب السياحة جميع شرائح المجتمع. وهذا يتفق مع نتائج دراسة (أسامة، ٢٠٠٢ م)، ودراسة (اليوسف، ١٤٢٦هـ)، ومن جانب آخر يجب أن يكون هناك مزيد من الاهتمام بفئات ذات الدخل المحدود من خلال توفير الخدمات السياحية بأسعار تكون في متناول دخل تلك الفئات، ويمكن الإسهام في ذلك من خلال وضع آلية معينة كالرحلات الجماعية من خلال مؤسسات القطاع الخاص (ذات النشاط السياحي) أو غيرها من البرامج التي يمكن أن تفيد في تخفيض تكلفة نفقات الخدمات السياحية.

ثالثاً: العلاقات الارتباطية بين اتجاهات الأسرة السعودية نحو السياحة الداخلية وخصائص المبحوثين

اتضح من نتائج البحث التي تتعلق بالجنس أو النوع، أن الإناث بوجه عام أكثر إيجابية، في اتجاهاتهن نحو السياحة الداخلية من الذكور، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن الإناث أكثر حاجة للترويح والسياحة لقضاء وقت أطول داخل المنزل لرعاية الأسرة. وأما بالنسبة للعمر، فرغم التقارب في النتائج إلا أنه يلحظ أن الفئات الصغيرة في العمر أكثر اتجاهًا نحو السياحة من الفئات العمرية الأكبر خاصة التي تعدت ٤٥ عامًا، وقد يرجع ذلك لأن تلك الفئة نشاطها البدني أقل، وتحتاج للراحة المنزلية أكثر من الفئات الأقل سنا وخاصة لدى الإناث. ويمكن أن يرجع ذلك أيضاً إلى عدم الوعي لدى أفراد المجتمع بأهمية السياحة في مختلف الأعمار بل لها أهمية قصوى للسن المتقدم، وبوجه عام يجب أن يكون هناك مزيد من الاهتمام بالأسرة لإشباع احتياجاتها المختلفة بما يرضي الفئات العمرية المختلفة وبما يرضي الذكور والإناث، بمعنى تنوع فرص الترويح بما يتلاءم مع احتياجات جميع أفراد الأسرة. وحينما ننتقل إلى مستويات التعليم، وجدنا أن هناك فروقًا ذات دلالة معنوية سواء

في الاتجاهات الإيجابية أو السلبية نحو السياحة أو الاتجاه نحو الترويح المنزلي لدى عينة الذكور في الاتجاه؛ وهذا يعني أن مستوى التعليم بوجه عام كان له تأثير أقوى، وهذا يتفق مع دراسة الهيئة العليا للسياحة (١٤٢٢هـ).

أما ما يخص مستويات الدخل فتؤكد النتائج أن الدخل عامل مؤثر في الاتجاهات الإيجابية والسلبية للسياحة، وهذه نتيجة طبيعية؛ لأن السياحة تتطلب توافر مال للإنفاق والترويح، وبالطبع يتوافر هذا المال لدى أصحاب الدخول الأعلى بوجه عام، وهذا يتفق مع دراسة الثقفي (١٤١٧هـ). أما حجم الأسرة فكان له تأثير واضح في الاتجاهات السياحية، حيث كان الحجم الأصغر أكثر اتجاهات إيجابية نحو السياحة الداخلية بوجه عام، وقد يرجع ذلك لأن الأسرة الكبيرة الحجم تحتاج لمزيد من المال للإنفاق على إشباع احتياجات أكثر ضرورة من الإنفاق على السياحة. أما نوعية السكن فاختلاف نوع السكن يؤثر في الاتجاهات الإيجابية للسياحة حيث إن سكان الفلل أكثر من غيرهم من سكان الشقق بوجه عام في الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة الداخلية، وقد يرجع ذلك لأن نوعية السكن تعكس مستوى الدخل وهو عامل مؤثر سبق ذكره. وأما نوعية المهن فكان الموظف بوجه عام أكثر الاتجاهات الإيجابية نحو السياحة، وقد يرجع ذلك لاستقراره الاقتصادي الذي سهل له السياحة بوجه عام. وفيما يتعلق بمكان الميلاد فكان هناك اختلافات بين المناطق وبعضها البعض، وبوجه عام كان سكان المنطقة الشمالية أكثر المناطق اتجاهات إيجابية نحو السياحة بوجه عام. وأما العلاقة بين الاتجاهات نحو السياحة والمدن والقرى حسب الجذب السياحي لها، فكان هناك اختلافات في الاتجاهات، ويمكن القول بوجه عام: إن الاختلافات بشأن الذكور كانت لصالح القرى التي ليس لها جذب سياحي، وأمَّا الإناث فكانت المدن التي ليس لديها خبرة في الجذب السياحي.